

Mestrado em Turismo

Ramo de Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

OS *GUEST REVIEWS* NO PROCESSO DE DECISÃO DE RESERVA NUM HOTEL: O CASO PORTUGUÊS

Duarte Pimentel

Estoril, Junho 2015

Mestrado em Turismo

Ramo de Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

OS *GUEST REVIEWS* NO PROCESSO DE DECISÃO DE RESERVA NUM HOTEL: O CASO PORTUGUÊS

Dissertação apresentada à Escola Superior de
Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção
do grau de Mestre em Turismo, Especialização
em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos.

Orientador:

Professor Doutor Nuno Gustavo, ESHTe.

Duarte Maria Megre Almeida de Oliveira Pimentel

Estoril, Junho 2015

Agradecimentos

Para atingir os objetivos deste trabalho tive o apoio de diversas pessoas, que de forma direta ou indireta me deram alento para avançar e por isso agradeço a estas pessoas que fazem parte da minha vida pessoal e académica, seja família, amigos e colegas.

Dedico este trabalho á minha querida família em especial a minha mulher Vera, aos meus filhos José Maria, Salvador, Isabel e Duarte. A minha mãe, ao meu pai e a todos os meus irmãos Marta, Inês, Filipa e Guilherme.

Um agradecimento especial ao meu pai Arnaldo que desde o início deu todo o apoio, incentivo e conselhos úteis, sempre com total disponibilidade para ajudar especialmente na preciosa revisão dos textos deste trabalho.

Pela Orientação e Apoio

Agradeço ao Professor Doutor Nuno Gustavo, meu orientador, pela ajuda e total disponibilidade na orientação deste trabalho, sem o seu apoio e experiência seria muito difícil realizar o trabalho com a qualidade e rigor que se exige.

Pela Colaboração

Agradeço, por último, a todos os inquiridos pela disponibilidade e pelo tempo que despenderam para me ajudar, tendo sido um apoio fundamental para levar a cabo este estudo.

Obrigado a todos,

(Duarte Pimentel)

Resumo

Os comentários de satisfação de clientes estiveram anos perdidos em departamentos de qualidade mas atualmente são completamente virais e fogem ao controlo dos gestores hoteleiros pois resultam de *websites* de comentários que privilegiam a relação entre consumidores e partilha de opiniões e experiências a uma escala global.

Esta realidade pode revelar-se benéfica na promoção de um hotel ou, por outro lado, bastante inconveniente. A forma como os gestores hoteleiros lidam com esta realidade e gerem a qualidade do serviço, a satisfação dos seus clientes e a reputação *online* é crucial para o sucesso do negócio.

O presente estudo pretende aferir a importância dos comentários *online* no sucesso de um hotel e encontrar uma relação entre os comentários *online* e a sua influência no comportamento dos consumidores no processo de decisão de reserva num Hotel.

Para este objetivo foi efetuado um inquérito a 517 consumidores portugueses utilizadores de internet e clientes de hotéis no último ano e os resultados permitem concluir que mais de 87% dos inquiridos consultam *websites* de comentários antes de efetuar reserva num hotel, 81% em caso de dúvida entre hotéis com preço idêntico escolhem o que tem melhores comentários, 79% dos inquiridos afirmam que não escolheriam um hotel com comentários negativos e perto de 77% afirmam que estariam dispostos a pagar mais para escolher um hotel com melhores comentários.

Os *websites* de comentários mais utilizados pelos inquiridos são a booking.com com mais de 52% das preferências, seguido pela tripadvisor.com com perto de 36%.

Sobre os fatores de decisão na escolha de um hotel os *guest reviews* aparecem como 2º fator mais importante numa lista de 11, com uma média de respostas de 4 numa escala de 1 a 5 apenas superado pelo fator “preço e promoções” com 4,2 e acima da “opinião de familiares e amigos” com 4 e bastante acima de fatores com a “marca” em 6º lugar com 3,4; “página do hotel nas redes sociais” em 7º lugar com 2,9 e “programa de fidelização” em 9º lugar com 2,4.

Palavras-Chave: Gestão Hoteleira, Satisfação de Clientes, Qualidade Serviço, Comportamento consumidor, Processo de Decisão de Reserva, *Guest Reviews*

Abstract

The customer satisfaction reviews have been lost in quality departments but now they are completely viral and completely beyond the control of hoteliers as result of guest reviews websites that focus on the relationship between consumers that share opinions and hotel experiences on a global scale .

This reality can reveals benefic on promoting the hotels or can be quiet inconvenient. The way hoteliers deal with this fact and manage the quality of service, guest satisfaction and online reputation in crucial do business success.

The present study aims to assess the importance of online reviews on the success of a hotel and find a relationship between the online reviews and their influence on the consumer behavior in the decision-making process of booking a Hotel.

For this purpose an inquiry was made to 517 Portuguese consumers, all internet users and hotel guests in the last year and the results allows to conclude that more than 87% of respondents browse guest reviews websites before booking a hotel, 80.9% in case of doubt between hotels with identical price choose what's with better reviews and 79% of respondents claim they don't choose a hotel with negative reviews and about 77% claim that they would be willing to pay more to choose a hotel with better online reviews.

The most popular guest reviews websites used by the respondents are booking.com with more than 52% of preferences, followed by tripadvisor.com with about 36%.

About the decision factors in choosing a hotel the guest reviews appear as second most important factor in a list of 11, with a response average of 4 on a scale of 1 to 5 only surpassed by "price and promotions" with 4.2 and above the factor "family and friends opinion" in 3rd place with 4 and also above the factors "brand" in 6th place with 3.4; "social networks hotel page" in 7th place with 2.9 and "hotel loyalty program" in 9th place with 2.4.

Keywords: Hotel Management, Guest Satisfaction, Quality Service, Consumer Behaviour, Booking Decision Process, *Guest Reviews*

Índice

Agradecimentos	iii
Resumo	iv
Abstract	v
Introdução	11
Capítulo I – Metodologia da Investigação	14
1.1. Estrutura do Estudo	14
1.2. Da Problemática à Pergunta de Partida	15
1.3. Objetivo Geral e Específicos de Estudo	16
1.4. Formulação de Hipóteses	17
1.5. Modelo de Investigação	18
1.6. Procedimentos e Ferramentas de Investigação	19
1.6.1. Investigação Documental	19
1.6.2. Inquéritos por Questionário	19
Capítulo II – Revisão de Literatura.....	24
2.1. Enquadramento Conceptual.....	24
2.2. O Marketing e o Consumidor	25
2.3. O Marketing Turístico e Hoteleiro	27
2.4. As Funções da Gestão Hoteleira	29
2.5. A importância do Branding em Hotelaria	31
2.6. A relação entre Valor e Benefício.....	34
2.7. A Qualidade e Satisfação do consumidor em Hotelaria.....	35
2.8. O Comportamento do consumidor na Hotelaria	38
2.9. A Web 2.0 no processo de decisão de reserva em hotelaria.....	39

Capítulo III – Estudo de Caso: Os <i>guest reviews</i> no processo de decisão de reserva num hotel: O caso Português	46
3.1. Introdução ao Inquérito	46
3.2. Caracterização Sociodemográfica da Amostra	48
3.3. Caracterização dos Hábitos de Consumo da Amostra	51
3.4. Caracterização Comportamental da Amostra	55
3.4.1. Fatores de decisão de reserva	55
3.4.2. Utilização de websites de “ <i>Guest Reviews</i> ”	59
3.4.3. Sensibilidade ao preço versus <i>Guest Reviews</i>	63
Capítulo IV – Conclusão e Reflexões Finais	66
4.1. Conclusões do estudo	66
4.2. Limitações da Investigação	70
4.3. Linhas para Futuras Investigações	71
Bibliografia	72
Anexo 1 – Questionário Teste	79
Anexo 2 – Questionário Final.....	83
Anexo 3 – Quadro Dimensões e Variáveis	89
Anexo 4 – Relatórios do inquérito realizado	90

Índice de Figuras

Figura 1 Avaliações no <i>website</i> Tripadvisor.....	12
Figura 2 Avaliações <i>website</i> Booking.com	12
Figura 3 Modelo de desconfirmação da satisfação do cliente	36
Figura 4 Consequências comportamentais e financeiras da qualidade de serviço	38
Figura 5 Website Tripadvisor	41
Figura 6 Comentários de clientes no site Booking.com	42
Figura 7 Comentários de clientes no website Tripadvisor.com.....	43
Figura 8 Revenue Optimizer	44
Figura 9 Impacto do Global Review Index no desempenho dos hotéis	44

Índice de Tabelas

Tabela 1 Modelo de Investigação	18
Tabela 2 Alterações ao Inquérito na fase de teste	20
Tabela 3 Ficha técnica do inquérito aplicado	22
Tabela 4 Dimensões e variáveis do inquérito	47
Tabela 5 Caracterização sociodemográfica da amostra.....	48
Tabela 6 Caracterização dos hábitos de consumo da amostra	51
Tabela 7 Agrupamento de respostas na caracterização da amostra	52
Tabela 8 Frequência de utilização dos canais de reserva apresentados	53
Tabela 9 Frequência de utilização das tecnologias de acesso a internet	54
Tabela 10 Fatores de decisão na escolha de um hotel.....	55
Tabela 11 Média das respostas sobre os fatores de decisão na escolha de hotel	57
Tabela 12 Concordância com afirmações sobre o processo de escolha de hotel.....	59
Tabela 13 Nível de concordância com as afirmações (% respostas SIM).....	60
Tabela 14 Disponibilidade para pagar mais por um hotel com melhores comentários...	63

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Caracterização da amostra - idade	49
Gráfico 2 Caracterização da amostra - género	49
Gráfico 3 Caracterização da amostra - nível de escolaridade	49
Gráfico 4 Caracterização da amostra - rendimento do agregado familiar	50
Gráfico 5 Caracterização da amostra - agregado familiar	50
Gráfico 6 Caracterização da amostra - nº médio de estadias por ano	51
Gráfico 7 Caracterização da amostra - Motivação da estadia.....	51
Gráfico 8 Frequência de utilização dos canais de reserva apresentados	53
Gráfico 9 Utilização das tecnologias de acesso á internet.....	54
Gráfico 10 Frequência de respostas 4 e 5 nos fatores de decisão na escolha de hotel	56
Gráfico 11 Frequência de resposta 1 e 2 nos fatores de decisão na escolha de hotel	56
Gráfico 12 Média das respostas sobre os fatores de decisão (lazer e trabalho)	58
Gráfico 13 Nível de concordância com afirmações sobre processo de escolha de hotel	61
Gráfico 14 Websites utilizados com mais frequência para pesquisa de comentários	62
Gráfico 15 Disponibilidade para pagar mais por um hotel com melhores comentários .	64

Introdução

Durante muito tempo as marcas hoteleiras e a sua reputação eram talvez o principal argumento para uma reserva ser efetuada num hotel em detrimento de outro, sendo que a marca era a garantia de um determinado nível de serviço e de um produto com determinadas características.

Existe um fator que poderá estar a dominar o processo de decisão dos consumidores hoteleiros *online* e que são os comentários de outros consumidores que estão disponíveis em diversos *websites* e redes sociais que se traduzem em *rankings* de satisfação que influenciam a decisão a favor dos hotéis com melhor desempenho (Mauri e Minazzi, 2013; Chen e Peng, 2014; Law *et al.*, 2014).

Atualmente os hóspedes são incentivados a inserir comentários na internet relativos à sua estadia e experiencia no hotel partilhando assim esta informação com outros potenciais hóspedes criando um efeito de marketing viral. Esta partilha de opiniões tem a forma de marketing *word-of-mouth* (WOM) e pode revelar-se benéfica para o hotel ou, por outro lado, bastante inconveniente (Tham *et al.*, 2013, Grégoire *et al.*, 2015). O *website* Tripadvisor por exemplo tem aproximadamente 60 milhões de *reviews* em todo o mundo (Tripadvisor, 2014).

O uso da *web* possibilita a interação e a partilha entre os utilizadores. Esta *web* dinâmica e interativa, chamada de *web 2.0*, surge como a evolução de uma *web* estática que não permitia qualquer tipo de interatividade (Ricca e Chao, 2009; Xu, 2014). Uma das principais mudanças consiste no facto dos utilizadores deixarem de ser apenas consumidor de conteúdos e de informação para se tornar também produtor.

Mais recentemente, a procura por tecnologias e plataformas *online* de comunicação por parte do sector hoteleiro tem aumentado e o sector utiliza cada vez mais as tecnologias *web 2.0* porque são vistas como um fator de diferenciação em relação à concorrência (Calé, 2011; Cheng e Loi, 2014).

A forma como os gestores hoteleiros lidam com esta realidade é crucial para o sucesso do negócio (Abbruzzese, 2014).

Figura 1 Avaliações no website Tripadvisor



Fonte: www.tripadvisor.com

Assim, a adoção de tecnologias associadas à *web 2.0* tem vindo a aumentar nas empresas, uma vez que estas se revelam importantes fontes de informação e influenciam as relações com clientes, entre colaboradores e a cultura organizacional da empresa (Ye *et al.*, 2009; Serra Cantallops e Salvi, 2014).

Aferir o papel e importância dos comentários *online* no sucesso de um hotel é uma forma de perceber os consumidores atuais e encontrar uma relação entre qualidade do serviço, nível de satisfação e *ranking* nestes *websites* e o comportamento dos consumidores no processo de decisão de reserva num Hotel.

Figura 2 Avaliações website Booking.com



Fonte: www.booking.com

Capítulo I

Metodologia da Investigação

Capítulo I – Metodologia da Investigação

1.1. Estrutura do Estudo

Esta dissertação encontra-se organizada em cinco capítulos de modo a categorizar e agrupar a informação por escalões de envolvimento e abordagem, que se tornam essenciais para a compreensão das temáticas e conceitos abordados.

Num **primeiro capítulo**, apresenta-se a metodologia de investigação, delimitando-se da problemática para chegar à pergunta de partida (no qual abordamos o paradigma de investigação) através da qual se visou exprimir o que se procura saber com o estudo, definiram-se os objetivos do estudo (geral e específicos), formularam-se as hipóteses de estudo e delimitou-se o modelo de investigação metodológica (investigação documental e inquéritos por questionário) a serem aplicados, permitindo assim a apresentação formal do modelo de análise.

No **segundo capítulo** efetuou-se a revisão da literatura onde foram expostas as principais temáticas relacionadas com a investigação, nomeadamente a evolução dos conceitos de marketing, *branding*, satisfação e comportamento do consumidor.

No **terceiro capítulo**, apresenta-se o resultado dos inquéritos efetuados com análise da amostra estatística, caracterização demográfica, sociocultural e análise comportamental relativamente á temática em estudo, isto é, o comportamento de reserva de hotel, fatores que influenciam a escolha e o comportamento face á realidade dos comentários *online*. A apresentação dos resultados obtidos e a sua discussão crítica torna possível, a aceitação ou refutação das hipóteses formuladas no primeiro capítulo e constituem a base para algumas conclusões

No **quarto capítulo**, são enumeradas e analisadas as conclusões do estudo e tecidas as reflexões finais, incluindo as limitações metodológicas e sugestões para trabalhos futuros de investigação científica.

1.2. Da Problemática à Pergunta de Partida

A presença dos hotéis na *web* é feita, por exemplo, através de redes sociais ou *websites travel 2.0*, que pressupõem a partilha de conteúdos e interação entre hotel e hóspede ou hóspedes entre si através de comentários *online*. O hotel pode retirar dos *websites de travel 2.0* conhecimento sobre o hóspede, que vai não só contribuir para enriquecer o sistema de gestão de conhecimento do hotel, mas também servir de apoio aos gestores na sua tarefa de tomada de decisão (Chaves e Trojahn, 2010; Serra e Salvi, 2014). Deste modo, a *web* transforma-se num repositório de informação que permite tanto ao hotel como aos hóspedes retirar ou colocar informação (Wu *et al.*, 2014).

Esta dissertação procura responder à seguinte pergunta de partida: **“Qual a influência dos *Guest Reviews* no processo de decisão de compra de serviços hoteleiros?”** tendo como objetivo analisar como é que o conhecimento obtido através da *web 2.0* é utilizado pelos potenciais clientes e também como é analisado e tratado pelos hotéis, nomeadamente na pro-atividade na análise e resposta nos *websites de reviews* (Mauri e Minazzi, 2013; Zhou *et al.*, 2014).

Existe cada vez maior quantidade de informação gerada por clientes e esta informação tem cada vez maior impacto no turismo e hotelaria (Browning *et al.*, 2013).

Aferir o papel e importância dos comentários no sucesso de um hotel seja em ocupação mas também nos preços é uma forma de perceber os consumidores atuais e talvez encontrar uma relação entre nível de satisfação dos clientes e resultados.

Chaves e Trojahn (2010) sugerem que sejam desenvolvidas novas investigações sobre este tema referindo que os comentários *online* devem ser classificados como positivos, negativos ou neutros para facilitar a análise da informação por parte dos gestores hoteleiros.

Para a persecução deste objetivo torna-se essencial estudar o perfil de utilização deste tipo de Websites e a sua influência na escolha de um hotel, a motivação dos clientes bem como os fatores determinantes no processo de decisão incluindo, além dos comentários, outros fatores como a marca, preço, entre outros. Pretende-se ainda estudar a sensibilidade ao fator preço perante o cenário de hotéis com diferentes níveis de comentários.

1.3. Objetivo Geral e Específicos de Estudo

Aferir a importância dos comentários de clientes na internet no processo de decisão de reserva de hotéis.

Este objetivo subdivide-se em alguns objetivos específicos como:

- Rever conceitos de comportamento do consumidor e mensurar a importância de vários fatores na decisão no universo de clientes em análise;
- Pretende-se ainda avaliar o peso dos comentários *online* no processo de decisão e o comportamento dos clientes face a esta realidade;
- Finalmente com base nas conclusões do estudo identificar as boas praticas na interpretação e gestão de comentários *online* por parte dos gestores hoteleiros.

1.4. Formulação de Hipóteses

Definido teoricamente o paradigma e o problema de investigação, tendo por base os conceitos direta ou indiretamente relacionados, surge agora o momento de definir as hipóteses de trabalho.

Neste contexto, importa começar por referir que as hipóteses foram, no presente estudo, encaradas nos termos sugeridos por Robert Burns (2000), ou seja, como pistas de conhecimento que, com base na realidade, supomos e nos propomos a investigar para confirmar se, de facto, estão ou não corretas.

Assim sendo, a primeira hipótese de que parte esta investigação é a de que **os comentários *online* são cada vez mais importantes no processo de decisão na escolha de hotéis.**

Em segundo lugar, este estudo partiu do pressuposto de que **os consumidores participam nos *websites* com comentários depois da estadia** e finalmente que **vivemos numa Era onde as mudanças do comportamento de compra do consumidor obrigam a um ajuste das atividades dos gestores hoteleiros.** Estamos cada vez mais perante um consumidor mais informado sobre o nível de serviço dos hotéis e a verdadeira satisfação de outros consumidores, sendo um fator decisivo na decisão de escolha de uma unidade hoteleira, o que obriga a um maior rigor na gestão da reputação do hotel na internet. A maioria dos consumidores consulta *websites* de comentários antes de efetuar reserva num hotel (Tnooz, 2014)

Neste sentido, as novas tendências tornam-se decisivas para qualquer organização, ajudando-as a definir os seus mercados e a identificar oportunidades e ameaças; obrigando-as a compreender as suas atitudes e comportamentos e incorporando-as na estratégia e plano de marketing (Kotler, 2013).

1.5. Modelo de Investigação

Tabela 1 Modelo de Investigação

Pergunta de Partida	
Qual o papel dos “ <i>guest reviews</i> ” no processo de decisão de compra de serviços hoteleiros?	
Paradigma	Objeto de Estudo
Comportamento do Consumidor	Consumidores Portugueses
Objetivo Geral de Estudo	
Contribuir para o conhecimento sobre o comportamento dos consumidores de serviços hoteleiros no que diz respeito á utilização dos “ <i>guest reviews</i> ” e identificar as boas práticas para os gestores hoteleiros lidarem com esta realidade.	
Hipóteses	
Os comentários <i>online</i> são cada vez mais importantes no processo de decisão de escolha de hotéis.	
Os consumidores participam nos <i>websites</i> com comentários depois da estadia	
Vivemos numa Era onde as mudanças do comportamento de compra do consumidor obrigam a um ajuste das atividades dos gestores hoteleiros	
Metodologia Aplicada	
Investigação Documental	Inquéritos por Questionário

Fonte. O Autor.

1.6. Procedimentos e Ferramentas de Investigação

Concluídas as etapas do modelo de investigação adotado, que visaram a formulação da pergunta de partida, a análise dos diversos elementos bibliográficos, com vista assegurar a qualidade da problematização torna-se possível iniciar a etapa final na qual os resultados esperados serão confrontados com os dados observados através da definição de instrumentos de investigação.

1.6.1. Investigação Documental

Observar, perguntar e ler são ações fundamentais que estão na base das técnicas de recolha de dados. O uso da informação disponível, qualquer que seja o seu carácter documental é indispensável (Moreira, 2007). A necessidade de recorrer a pesquisa documental foi importante para que fosse possível dar um suporte teórico fiável e adequado para a temática em estudo.

Constituídas por livros, artigos e outros documentos escritos, representando uma evidência indireta acerca dos fatos que se procuram estudar, as fontes de informação estão presentes nas obras e artigos académicos que são a base teórica de todo o presente estudo sem os quais o resultado final não teria qualquer fundamento científico.

1.6.2. Inquéritos por Questionário

O objetivo de qualquer questionário passa por obter respostas sinceras e verdadeiras. Porém, são muitas as barreiras que se colocam no circuito de comunicação entre o emissor e o recetor da mensagem.

Preparar e formular questões simples é fundamental na construção de um questionário. Um *layout* sugestivo, uma boa apresentação, dimensão razoável, simplicidade, linguagem acessível e a pré-testagem são uma obrigação de qualquer inquérito que pretende obter um resultado final válido e fidedigno (Moreira, 2007).

Para a implementação de um inquérito o mais correto e eficaz possível procedeu-se a uma primeira fase de teste com a partilha do inquérito a 15 pessoas, familiares, amigos e

colegas profissionais de onde resultaram várias sugestões e correções importantes, nomeadamente às características dos consumidores, dispositivos de acesso á internet, e formulação de algumas questões (tabela 2). Estas alterações depois de corrigidas e revistas foram incluídas no inquérito final de teste realizado então a um universo mais alargado.

Tabela 2 Alterações ao Inquérito na fase de teste

Alterações ao Inquérito na fase Teste		
Inquérito Teste	Observações	Inquérito Final
	Características do consumo	
1.Número de Estadias	Não houve aqui grandes alterações, apenas nas formas de reserva e adicionar pergunta para aferir quais os dispositivos mais utilizados na consulta de informações sobre hotéis na internet	1.Número de Estadias
2.Motivação		2.Motivação
3.Forma de reserva		3.Forma de reserva
		3B.Dispositivo utilizado para aceder a informações sobre hotéis na internet
Inquérito Teste	Observações	Inquérito Final
	Processo de Decisão	
4.Grau de importância de vários fatores na escolha de uma unidade hoteleira (primeira estadia)	Aqui apenas foi alterada a escala de baixa importância a alta importância de 1 a 10 para 1 a 5 por forma a não dispersar demasiado as respostas	4.Grau de importância de vários fatores na escolha de uma unidade hoteleira (primeira estadia)
5.Utilização de <i>websites</i> com comentários de clientes. Grau de concordância com 18 frases, numa escala de 1- discordo totalmente até 5- concordo totalmente	Alterado para questão sobre a concordância com um conjunto de apenas 12 frases, com respostas possíveis de “sim, não e sem opinião” mais uma vez para reduzir a dispersão de	5.Utilização de <i>websites</i> com comentários de clientes. Grau de concordância com 12 frases, numa escala de sim, não e sem opinião

6. Escolha de <i>Website</i> mais utilizado para verificar comentários de clientes, perante uma lista de 6.	respostas que neste caso não teria interesse para o estudo. A lista de <i>websites</i> estava incompleta e foram acrescentadas mais hipóteses	6. Que <i>WebSite</i> utiliza mais frequentemente para pesquisar comentários de hotéis? Tripadvisor, Booking, Expedia, Agoda, Trivago, Edreams, Venere, Rumbo, Nenhum, Outro:
7. Perante um cenário de 4 hotéis com diferentes características de preço, marca e <i>ranking</i> /pontuação, o inquirido escolheria o que mais facilmente seria a sua opção de escolha		7. Num cenário de escolha entre dois hotéis disponíveis com características idênticas mas um deles com comentários negativos, quanto estaria disposto a pagar a mais pelo hotel com melhores comentários?

Inquérito Teste	Observações	Inquérito Final
	Dados Demográficos	
8. Idade	Nestas questões apenas foi acrescentada outra sobre o agregado familiar por forma a aferir o número de adultos e crianças do agregado de cada inquirido	8. Idade
9. Género		9. Género
10. Nível Escolaridade		10. Nível de Escolaridade
11. Rendimento Médio Mensal		11. Rendimento Médio Mensal
		12. Agregado Familiar

Fonte. O Autor.

Utilizando este método junto de consumidores portugueses tornou-se possível obter conclusões sobre o comportamento de decisão relativo a serviços hoteleiros (tabela 3).

Tabela 3 Ficha técnica do inquérito aplicado

Dados Gerais									
Universo de Estudo				Amostra					
Descrição				Descrição			Quantificação		
O universo deste estudo é constituído por indivíduos de ambos os sexos residentes em Portugal e consumidores de serviços hoteleiros.				Amostra não representativa, não probabilística baseada na escolha aleatória dos inquiridos.			Total de 517 inquiridos		
Período de Aplicação				Local de Aplicação					
11 a 25 Março 2015				Internet (divulgação por email e redes sociais)					
Composição da Amostra									
Descrição Variável Género				Descrição Variável Idade			Descrição Variável Situação Familiar		
MASCULINO	244	47,2%		< 25	163	31,5%	1 A S CRIANÇAS	123	24,0%
FEMININO	273	52,8%		ENTRE 26 E 35	152	29,4%	1 A C CRIANÇAS	25	4,9%
				ENTRE 36 E 45	135	26,1%	2 A S CRIANÇAS	131	25,6%
				ENTRE 46 E 55	55	10,6%	2 A C CRIANÇAS	209	40,8%
				ENTRE 56 E 65	8	1,5%	+2 A S CRIANÇAS	19	3,7%
				> 65	4	0,8%	+2 A C CRIANÇAS	4	0,8%
							OUTRA	1	0,2%
Descrição Variável Habilitações Literárias				Descrição Variável Rendimento Líquido Agregado Familiar					
ENSINO SECUNDÁRIO	54	10,4%		< 2000€	221	42,7%			
LICENCIATURA	326	63,1%		2001€ A 3000€	142	27,5%			
PÓS-GRADUAÇÃO	83	16,1%		3001€ A 4000€	65	12,6%			
MESTRADO	45	8,7%		4001€ A 5000€	42	8,1%			
DOUTORAMENTO	9	1,7%		5001€ A 6000€	20	3,9%			
				> 6000€	27	5,2%			

Fonte. O Autor.

Os dados mais recentes do INE referem-se a 2013 e segundo os quais 3,98 milhões de residentes realizaram pelo menos uma deslocação turística em que tenham dormido uma ou mais noites fora do seu ambiente habitual. Com base nestes dados podemos afirmar que a amostra apresenta um intervalo de confiança de 4,31% para um índice de confiança de 95%.

Capítulo II

Revisão de Literatura

Capítulo II – Revisão de Literatura

2.1. Enquadramento Conceptual

Com a crescente generalização dos hábitos de decisão e reserva de serviços hoteleiros na internet, numa grande variedade de canais e fontes de informação, o comportamento do consumidor e o processo de compra evoluiu para uma situação bastante mais complexa onde o papel das marcas e dos *guest reviews* são imprescindíveis, sendo um indicador fiável da satisfação e qualidade dos produtos/serviços e esta situação altera o conceito de valor.

Este cenário veio reforçar alguns princípios de Marketing Turístico relacionados com o foco ou orientação para a satisfação do cliente, bem como acrescentar às estratégias de marketing das organizações uma preocupação em monitorizar e tratar esta mesma satisfação que se traduz numa determinada reputação *online* que influencia os resultados das ações de marketing (Mauri e Minazzi, 2013; Zhou *et al.*, 2014).

2.2. O Marketing e o Consumidor

Embora não seja recente, a importância do conceito de marketing tem vindo a ganhar expressividade ao longo dos tempos, face às novas alterações nos mercados e à sua abertura à escala mundial. Não obstante, o seu conceito é muitas vezes associado a ações de comunicação, publicidade e vendas, derivado da imagem propagandista que lhe está associada.

O marketing pode definir-se como um conjunto de ações que têm o objetivo de satisfazer as necessidades dos consumidores que estão dispostos a trocar um determinado recurso próprio por serviços que satisfaçam as suas necessidades de forma mais eficaz (Lindon *et al.*, 2004; Kotler, 2009).

Pode definir-se também a função de marketing como um facilitador da troca (Kotler, 2009). Marketing é ainda um conjunto de recursos que uma empresa empreende para promover e vender os seus produtos/serviços no mercado com rentabilidade (idem, 2009).

As funções do marketing podem ser sintetizadas em 3 pontos que permitem perceber melhor o valor e o papel da atividade de marketing para o sucesso das empresas nos dias de hoje (Brito *et al.*, 2006):

- Primeiro permite identificar as necessidades e oportunidades do mercado, que possam posteriormente ser transformadas em volume de negócio;
- Depois permite o desenvolvimento do *core business* de cada organização não só ao nível da conceção de produtos, mas também na definição do preço, da distribuição e serviços associados;
- Finalmente contribui para uma eficiente e eficaz ação de promoção e comunicação.

A evolução do conceito de marketing e a importância que tem nas empresas tem vindo a modificar-se com a alteração das regras de mercado e com os avanços tecnológicos, sendo que hoje em dia é uma área muito mais abrangente do que apenas a publicidade ou comunicação. As empresas implementaram o conceito de públicos em relação ao seu conjunto de clientes e potenciais clientes, de forma a abranger a população no seu todo e, em vez de rentabilidade utilizam a realização de objetivos (Lindon *et al.*, 2004).

Pode concluir-se que a evolução do marketing foi feita de uma perspetiva de abertura aos públicos, ou seja, o marketing deixou de ser feito apenas do ponto de vista da empresa e passou a interagir com o ambiente externo.

A comunicação é o termo mais popular entre autores na área do marketing já que aparece como fundamental em várias atividades do marketing-mix porque promove a coordenação dos esforços de publicidade, relações públicas, promoção, *merchandising* e qualquer outra ferramenta de comunicação de marketing a fim de maximizar o impacto da mensagem sobre os consumidores, criar consciência da marca do produto ou da empresa, construir imagens favoráveis, identificar potenciais clientes, formar e intensificar relacionamentos, reter consumidores e vender (Kotler, 2002).

A ligação entre o marketing e a comunicação é óbvia ao nível dos objetivos relacionados com o posicionamento das empresas. Os objetivos de marketing podem estar relacionados com os fatores de diferenciação ou a identificação dos produtos, mas compete à comunicação a divulgação eficiente e eficaz do posicionamento estratégico pretendido (Sebastião, 2009).

2.3. O Marketing Turístico e Hoteleiro

Definido o conceito de marketing é importante abordar o conceito de serviços para entendermos a realidade do marketing turístico.

Rathmell (1966) define serviços como “*uma ação, uma performance, um esforço*”. A palavra serviço vem do latim *servitium* e significa escravatura, podendo este conceito ser atribuído a qualquer atividade humana.

Os serviços não são algo palpável mesmo que muitas vezes se baseiem em coisas palpáveis para existir, por isso é importante realçar a importância do elemento humano no alcançar da realização do serviço (Kotler, 2002). Esta definição apresenta claramente a importância do fator humano nos serviços, sendo na hotelaria completamente estratégico ter recursos humanos capazes de fazer a diferença.

Kotler define serviço como qualquer atividade ou benefício que uma parte oferece a outra, sendo essencialmente intangível e não resulta na posse de algo (Kotler, 2002).

Berry define serviços como “*ações, esforços ou desempenhos*”, ou seja, são experiências cuja avaliação vai diferir de consumidor para consumidor, em função das expectativas que cada consumidor cria em função do serviço que lhe vai ser prestado (Berry, 1980).

Estas definições levam-nos á questão das diferentes motivações e expectativas dos clientes, bem como numa fase mais adiantada, á necessidade de segmentar o mercado e apresentar diferentes soluções para cada segmento.

Greene (1984) menciona uma série de técnicos conceituados sendo um deles Gerry Draper, da British Airways, que define marketing turístico como uma procura que visa:

- Conhecer as necessidades dos clientes;
- Adaptar o serviço da empresa para corresponder a essas necessidades;
- Convencer o cliente que poderá satisfazer as suas necessidades com o nosso serviço;
- Tornar o nosso produto facilmente acessível aos clientes que o queiram comprar.

Podemos afirmar que os princípios de Marketing aplicados a empresas de turismo implicam uma busca contínua de mudanças do mercado, pesquisa de novas oportunidades, adaptação das estruturas e dos serviços da empresa aos novos mercados e às novas exigências dos clientes e à luta permanente pela conquista de quota de mercado.

O marketing turístico pode ser definido como um processo de gestão através do qual as organizações identificam e selecionam os seus públicos-alvo, atuais e potenciais, e comunicam com eles de forma a detetar e influenciar as suas necessidades, desejos e motivações com o objetivo de conceber e adaptar os seus produtos e serviços turísticos para atingir a máxima satisfação dos consumidores e atingir os objetivos de desempenho previstos.

As necessidades e motivações dos consumidores são voláteis e por isso, as empresas devem dispor de sistemas de observação, informação e interpretação que facilitem não apenas a compreensão das necessidades atuais como prever o que pode acontecer no futuro para depois a partir daí conceber novos produtos e serviços. Pesquisa, Adaptação, Inovação e diferenciação são fatores críticos de sucesso para empresas hoteleiras.

Podemos concluir que o marketing hoteleiro é acima de tudo uma atitude global da empresa na busca continua pela excelência na satisfação dos clientes para conquistar e reter uma determinada quota de mercado, adaptando-se às mudanças no mercado e às novas soluções para satisfazer clientes com diferentes exigências e obtendo a melhor rentabilidade possível.

2.4. As Funções da Gestão Hoteleira

Hotelaria é uma faculdade das ciências humanas que abrange as práticas e teorias acerca dos conhecimentos presentes na gestão de hotéis além de novos géneros de hospedagem. Estando intimamente ligada com a faculdade de turismologia, a Hotelaria tem como finalidade atuar nas áreas de hospedagem, alimentação, segurança, entretenimento e outras atividades relacionadas com o bem-estar dos hóspedes.

A Hotelaria é um dos elementos incluídos no sector das Viagens e Turismo e representa o conjunto de organizações que fornecem serviços como o alojamento e restauração.

Segundo Burns (2010) existem quatro fatores chave na gestão hoteleira:

- Cada vez maior experiencia dos clientes no processo de compra e decisão, com aumento do nível de conhecimento dos destinos, das unidades hoteleiras e com acesso rápido a opiniões de outros clientes, muito possibilitado pelo papel da internet;
- A globalização do mercado com o desenvolvimento tecnológico, facilidade das deslocações e o impacto da internet na ação comercial;
- A crescente relevância da marca na decisão de compra dos clientes, enquanto promessa criada na sua mente e do valor acrescentado que as marcas podem representar no mercado, consequência da comunicação com o mercado e experiências adquiridas. A marca define as expectativas pelo seu posicionamento e fatores de diferenciação;
- A velocidade e capacidade de resposta dos gestores às alterações no mercado, nomeadamente pelo acompanhamento das tendências dos vários segmentos e respetiva adaptação do produto, serviço, comunicação e proposta comercial.

O conceito de Hotelaria está portanto ligado á gestão hoteleira e tem como missão definir os meios humanos, materiais e financeiros necessários ao bom funcionamento do estabelecimento hoteleiro, tendo em conta as exigências do mercado e as necessidades dos clientes, garantindo ao mesmo tempo a viabilidade financeira do investimento através de:

- Objetivos bem delineados que respeitem todas as características exigidas (claros, quantificáveis, reais e mensuráveis);
- Estratégias e táticas bem definidas para cada objetivo a alcançar;

- A Direção Hoteleira deverá controlar permanentemente o cumprimento dos objetivos, verificando possíveis desvios e corrigindo /redefinindo estratégias e táticas.

A Gestão Hoteleira inclui o planeamento, coordenação e controlo das seguintes atividades num hotel:

- Produção/prestação de serviços (alojamento, alimentação e bebidas, eventos, animação, etc.);
- Comercial e marketing;
- Administrativo e financeira (logística e administrativos, financeiros e recursos humanos);
- Técnicas (segurança, manutenção, higiene e limpeza, etc.).

2.5. A importância do *Branding* em Hotelaria

Davis (2002) diz que as marcas são um dos ativos mais valiosos das empresas e as empresas de sucesso têm noção disso e valorizam ou capitalizam as suas marcas. Estas empresas sabem que as suas marcas são mais do que simples produtos ou serviços. As marcas representam o que a empresa faz e como faz, implica confiança, consistência e define um conjunto de expectativas. As marcas mais fortes têm um espaço especial na mente dos consumidores e representam os mesmos valores em todos os consumidores.

As marcas devem representar os valores e a missão/posicionamento da empresa e devem estar de acordo com as características reais do produto/serviço, ter em conta as expectativas dos consumidores e reafirmar os fatores de diferenciação em relação á concorrência.

As marcas servem para identificar a origem ou o fabricante/prestador de um determinado produto ou serviço, além de permitir que o próprio consumidor atribua as devidas responsabilidades ao fabricante ou distribuidor. Um produto idêntico pode ser avaliado de forma completamente diferente, dependendo de como se interpreta a sua marca. Há o reconhecimento de determinada marca por meio de alguma experiência anterior com o produto e o programa de marketing deste (kotler, 2002; Aaker, 2004).

Para as organizações as marcas são uma propriedade legal e muito valiosa, que tem uma grande influência no comportamento do consumidor, podem ser comercializadas, ou seja, tem grande valor na compra e na venda, e ainda oferecem segurança de futuras receitas.

As principais vantagens de marketing que uma marca forte oferece, são:

- Melhora a mensuração do desempenho de um produto;
- Desenvolve a fidelidade do consumidor;
- Reduz a vulnerável às ações da concorrência e às crises de marketing;
- Potencia maiores margens de lucro;
- Reduz sensibilidade por parte do consumidor às variações de preço;
- Comunicação de marketing mais eficaz;

- Maior possibilidade de licenciamento da marca;
- Maior oportunidade de expandir a marca.

Keller (2006) fala na construção do *Brand Equity* e afirma que as organizações cuidam das suas marcas criando as estruturas certas de identificação e conhecimento da marca com o seu público-alvo. Esse trabalho de identificação e conhecimento depende de todos os fatores ligados à marca. Pela perspetiva da gestão de marketing, há três grupos principais de impulsionadores do *brand equity*.

O primeiro refere-se aos elementos, ou identidades, da marca como por exemplo nome, logotipo, símbolo, caracteres, *slogan* e embalagem. Esses elementos exercem influência na forma de como a marca é lembrada e reconhecida. Um consumidor que não analisa muitas informações antes de tomar alguma decisão de compra é mais facilmente persuadido por esses elementos.

O segundo grupo representa o produto, o serviço que o acompanha e todas as ações de marketing ligadas a ele, além de programas de apoio, visando a satisfação do cliente e a associação deste sentimento à marca comercializada. Isso tenciona criar um vínculo entre o consumidor e o produto.

O terceiro grupo refere-se a uma abordagem indireta, que acontece ao ser criada uma associação da imagem do produto ao conceito que as pessoas têm sobre uma outra entidade, que pode ser uma pessoa, um local, um objeto, entre outros, trazendo assim maior credibilidade e prestígio à marca.

Se olharmos aos resultados de vendas de um grupo de hotéis numa cidade ou resort, além do fator localização é praticamente garantido que hotéis de cadeias internacionais de grande notoriedade têm melhores resultados em ocupação e conseguem praticar preços superiores a hotéis independentes.

Chekitan, (2002), Prof. Marketing Hoteleiro da Universidade de Cornell fala das marcas hoteleiras como sendo um “*unique selling proposition*”, isto é, a marca representa a proposta de valor daquela unidade hoteleira, é o argumento para um cliente reservar aquele hotel em vez de outro, permite ao cliente identificar o posicionamento do hotel no

mercado e representa os seus atributos para atingir as necessidades e expectativas dos clientes.

O melhor exemplo da força das marcas hoteleiras é o facto de muitos hotéis independentes e até de rede adquirirem o direito a utilizarem marcas de terceiros pexe. em regime de franchising ou aderirem às chamadas “*soft brands*” beneficiando de marcas mais fortes com uma estratégia de vendas e marketing própria a troco de um FEE de adesão e comissões nas vendas (p.ex. LeadingHW, Design Hotels, Artech, Atmosphere, Best Western, Relais Chateaux, etc).

Aaker (2004) afirma que todas as marcas tem potencialmente uma herança interessante, mais-valias e capacidades, pessoas, valores e prioridades, referências locais ou globais, programas de sustentabilidade e histórico de performance.

Kotler (2013) explica a Gestão da diferenciação, como ação fundamental no Marketing das empresas hoteleiras, dizendo que nos dias de hoje a concorrência e competição pelo preço é muito forte e os hoteleiros têm dificuldade em diferenciar os seus serviços. A solução para esta competição pelo preço passa por desenvolver uma oferta e uma imagem diferenciada, por exemplo incluindo itens adicionais ao produto/serviço principal (*value added*) ou inovar na forma de apresentação da oferta.

As empresas de serviços podem diferenciar-se de 3 formas: pelas pessoas, ambiente físico e processos (Kotler, 2002).

Kotler (2013) afirma que as empresas de serviços que inovam regularmente são facilmente copiadas mas tendem a ter sempre vantagens competitivas quando inovam (são os primeiros), além de construírem uma boa reputação.

2.6. A relação entre Valor e Benefício

Segundo Colombo (2005) o conceito de valor está ligado à satisfação das necessidades dos indivíduos. No entanto, a escolha de um produto ou serviço em detrimento de outro, está relacionada com a perceção de valor que o mesmo desperta em cada consumidor e que irá despertar maior ou menor desejo de consumo ou aquisição.

De acordo com o autor o valor é resultado da correlação existente entre o custo relacionado com a aquisição do produto ou serviço (incluindo o custo financeiro, o tempo e a energia física e psíquica) e os benefícios que o individuo irá obter na troca.

Para o marketing, o conceito de valor está conotado com valores pessoais e individuais (Ikeda e Veludo, 2005), que juntam os padrões cognitivos que os consumidores utilizam para orientar os seus ambientes, enquanto um instrumento importante na compreensão do comportamento do consumidor, nomeadamente das suas atitudes e motivações (Boas *et al.*, 2005).

O conceito de valor pode ser dividido em duas categorias:

- Os **valores terminais** - metas que pretendemos atingir na vida;
- Os **valores instrumentais** - meios que utilizamos para os atingir.

O consumidor adquire um produto ou serviço pelo interesse nos seus benefícios ou atributos. Assim, nos dias de hoje promovem-se valores ou estilos de vidas, e o marketing aparece como mecanismo para estudar o comportamento do consumidor e verificar a relação entre os valores pessoais dos consumidores e a forma como estes podem ser potenciados (Monteiro, 2010).

2.7. A Qualidade e Satisfação do consumidor em Hotelaria

As empresas podem aumentar os seus resultados e os lucros considerando os esforços para a qualidade como um importante investimento e não simplesmente como um custo. Dar importância à qualidade do serviço ajuda as empresas a diferenciarem-se da concorrência e a obterem vantagens competitivas (Danaher e Matsson, 1994; Molina-Azorín *et al.*, 2015).

A qualidade de serviço afeta as intenções de compra dos atuais e potenciais consumidores (Glenn *et al.*, 1998; Mohsin, 2015). A qualidade de serviço tem um impacto positivo nos resultados das empresas, visto que está intimamente relacionada com a retenção e lealdade dos consumidores (Zeithaml, 2000).

O modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1985), é dos mais mencionados nos estudos de medição da qualidade dos serviços e estuda as diferenças entre as expectativas e perceções dos clientes relativamente ao desempenho do serviço e identifica cinco fatores:

1. Tangibilidade (aparência e elementos físicos);
2. Consistência (habilidade na entrega do serviço prometido);
3. Recetividade (poder de resposta, espírito de ajuda);
4. Segurança (cortesia, credibilidade, competência);
5. Empatia (boa comunicação, bom entendimento com o cliente).

A satisfação é a apreciação durante o uso ou consumo de um produto ou serviço de determinada empresa, ou depois dele; isto é, constitui uma reação ou sentimento em relação a uma expectativa (Solomon, 2002; Mohsin, 2015).

Esta definição ressalta "resposta ao contentamento do consumidor, o julgamento de que uma característica do produto ou serviço, ou o produto ou serviço em si, ofereceu (ou está a oferecer) um nível prazeroso de contentamento relativo ao consumo, incluindo níveis maiores ou menores de contentamento".

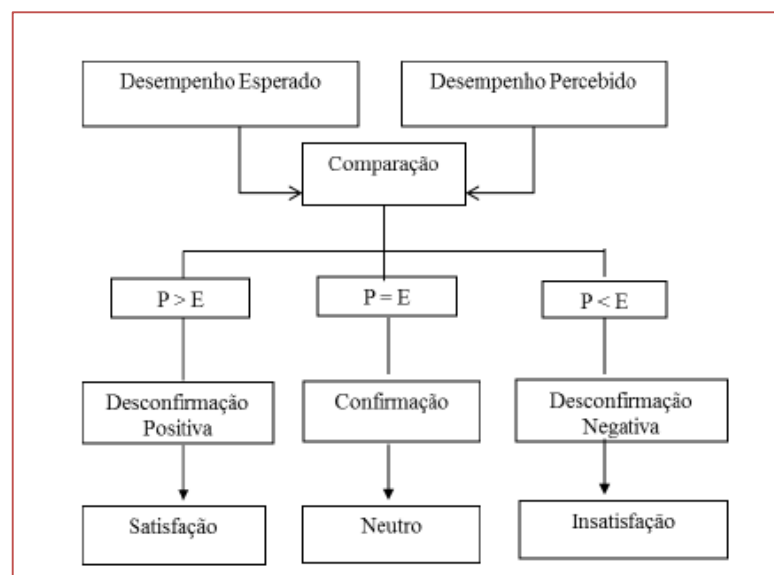
Podemos afirmar que a satisfação ou insatisfação resulta da diferença entre a expectativa criada e a realidade percebida (Bloemer e Kasper, 1995; Molina-Azorín et al., 2015).

O fator “qualidade de serviço” para a satisfação dos clientes e para o aumento da reputação do hotel que leva a uma maior retenção de clientes é extremamente importante (Oliver, 1999; Molina-Azorín *et al.*, 2015), sendo que a fidelização e satisfação dos clientes e a qualidade estão ligadas e são parte integrante de um processo cognitivo.

A teoria do valor percebido em relação a um produto ou serviço define a satisfação como uma resposta emocional causada por um processo cognitivo evolutivo e os consumidores pretendem conseguir um equilíbrio entre as suas necessidades ou desejos e o produto ou serviço que estão a avaliar (Parker e Matthews, 2001).

Na indústria hoteleira a experiência individual de cada hóspede e as suas memórias fazem com que seja muito difícil a comparação a satisfação de um serviço hoteleiro, porque dois clientes a usufruir do mesmo serviço com todas as variáveis iguais, poderão ter diferentes níveis de satisfação e cada individuo tem um conjunto de valores, experiências e atitudes para cada situação e cada experiência é avaliada de acordo com a sua individualidade. (Knutsun *et al.*, 2009).

Figura 3 Modelo de desconfirmação da satisfação do cliente



Fonte: Walker (1995)

A Figura 3 explica através do modelo conceptual de desconfirmação da Satisfação do Cliente, a relação entre satisfação, expectativas e desempenho. Neste modelo a Satisfação aparece quando o desempenho percebido é superior ao desempenho esperado, sendo que a situação de insatisfação acontece essencialmente quando o desempenho é inferior ao esperado, ou seja, fica aquém das expectativas. Deste modo podemos dizer que a gestão de expectativas é fundamental no sucesso das empresas.

Os atributos do serviço são fundamentais para o estudo da satisfação, sem atribuir uma importância a determinado atributo não conseguimos saber a importância relativa que este tem no desempenho de um serviço (Orsingher e Marzocchi, 2003).

É fundamental considerar o grau de importância que os consumidores atribuem a cada atributo de um serviço (instalações, facilidades, pessoal, etc.) pois há atributos mais relevantes do que outros, e que são determinantes no processo de decisão, são chamados os “atributos determinantes”, pois são os que mais determinam a escolha e decisão do consumidor e as suas intenções futuras (Alpert, 1971; Lau e Fie, 2005).

Alguns autores em estudos sobre a qualidade do serviço em hotéis mostraram que a atratividade dos elementos tangíveis, tais como aparência dos funcionários; mobiliário moderno; os serviços *standards*, existência de facilidades de *health center* e *spa* apresentavam um grau de importância mais significativo (Lau e Fie, 2005).

Outros autores (Knutson *et al.*, 2009) afirmam que a maioria dos viajantes consideraria várias dimensões de atributos agrupados da seguinte forma:

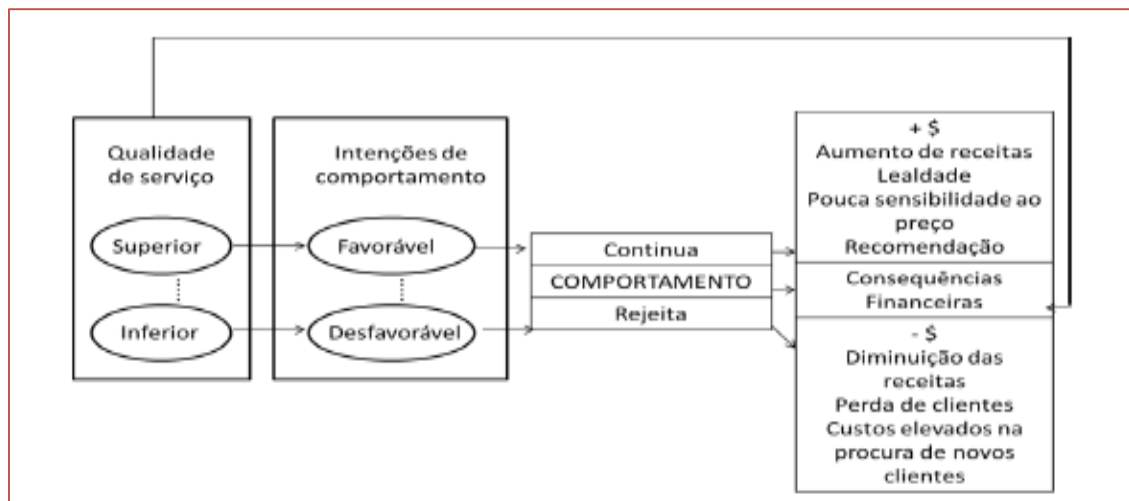
- 1- Vantagem para o cliente em escolher um determinado hotel, considerando, por exemplo, os atributos segurança e qualidade do serviço.
- 2- A conveniência, considerando os atributos facilidade na reserva por internet; rapidez no *check-in* e *check-out*, facilidades dos quartos.
- 3- A dimensão que chamaram de incentivo, onde se encontram os atributos preço, promoções, programas de cliente frequente, possibilidade de usufruírem de *upgrades*.
- 4- A dimensão ambiente que inclui atributos como entretenimento, capacidade de motivar os clientes e capacidade de interatividade entre o cliente e o hotel.

2.8. O Comportamento do consumidor na Hotelaria

Olorunniwo *et al.* (2006) chegam à conclusão que a experiência do consumidor está relacionada com as suas intenções de comportamento, e quanto mais favorável for a experiência, maior a probabilidade de repetir o consumo ou a compra. Zeitzmal, Berry e Parasuraman (1996) desenvolveram um modelo onde explicam a relação entre o comportamento do consumidor e a satisfação com a qualidade do serviço e a forma como se reflete na fidelização, no boca a boca e na sua sensibilidade ao preço.

Como podemos verificar pela Figura, uma qualidade de serviço superior tem uma intenção de comportamento favorável o que leva a um aumento de receitas enquanto uma qualidade de serviço inferior terá um comportamento desfavorável o que leva a uma redução de receitas, perda de clientes e maiores custos de procura de novos clientes.

Figura 4 Consequências comportamentais e financeiras da qualidade de serviço



Fonte: Zeitzmal, Berry e Parasuraman (1996)

O comportamento do consumidor são o conjunto de processos que se desenvolvem quando uma pessoa seleciona, compra, usa ou dispõe de produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer as suas necessidades e desejos. E quando as necessidades ou desejos são satisfeitos, a organização prestadora do serviço é beneficiada com clientes leais o que cria uma ligação forte entre ambas as partes e difícil de quebrar pela concorrência (Solomon, 2002; Hayes, 2015).

2.9. A Web 2.0 no processo de decisão de reserva em hotelaria

Vários autores afirmam que a *web* tem vindo a evoluir ao longo dos anos, passando de um estado passivo e estático a um estado mais ativo e dinâmico (Ricca e Chao, 2009; Helge 2013). Estes autores afirmam ainda que inicialmente a *web* tinha a função essencialmente de transmitir informação e conhecimento de forma simples e intuitiva, mas quando se tornou dinâmica veio permitir a interação entre utilizadores e a partilha rápida de informação.

Atualmente a *web* é muito dinâmica e algumas ferramentas que foram desenvolvidas têm muita importância nas empresas ao nível da relação com o mercado e por isso a *web 2.0* é uma importante fonte de informação *online* para as empresas onde é permitido criar, partilhar e modificar conteúdos (Mazurek, 2009; Helge, 2013).

A interação entre utilizadores faz com que a *web 2.0* possa ser chamada de *web social* (Chaves *et al.*, 2011). A UGC (*User Generated Content*) são conteúdos gerados e partilhados pelo utilizador, como vídeo, áudio, comentários, imagens, etc onde podemos incluir os Blogues, Wikis e redes sociais e são a base de informação partilhada na *web social* (Cox *et al.*, 2009; Helge, 2013).

Segundo O'Reilly (2007), os Blogues têm um formato de diário com textos (ou *posts*) ordenados cronologicamente e permitem ainda a publicação de comentários e inclusivamente são substitutos das páginas pessoais.

As *Wikis* permitem juntar informação dispersa pelas empresas em dados acessíveis, e para isso contribui o seu rigor e as participações frequentes dos utilizadores. (Bonabeau, 2009). Para as empresas um *Wiki* pode representar uma melhor comunicação entre os colaboradores, pois pode ter bastante utilidade aplicadas à gestão do conhecimento (Hearn *et al.*, 2009).

As redes sociais são redes em plataformas web que permitem a interligação e comunicação entre vários utilizadores estando estes ligados entre si através de laços que correspondem a relações profissionais, de amizade, etc. (Grabner-Krauter, 2009; Badawy, 2009; Tham *et al.*, 2013).

O Facebook é uma das redes sociais mais utilizada, é uma plataforma de partilha de informações em que cada utilizador tem o seu perfil pessoal onde publica e acede aos

conteúdos publicados pela sua rede de contatos na rede social. Segundo Lewis (2010) é crucial que uma empresa mantenha o seu perfil do Facebook permanentemente atualizado para manter o interesse dos seus clientes ou seguidores.

As redes sociais têm como principal benefício para as empresas fomentar o marketing viral através de WOM mas pode também ser uma desvantagem sempre que aparecem conteúdos negativos e prejudiciais para a imagem da empresa (Badawy, 2009; Ayeh, 2013; Tham *et al.* 2013).

O *Twitter* é uma de rede social que pode ser muito interessante para comunicar rapidamente de forma simples e resumida com os seguidores. A sua principal característica é a utilização do serviço de *micro-blogging* em que os utilizadores podem colocar tweets com um máximo de 140 caracteres (Badawy, 2009; Lewis, 2010).

As empresas procuram utilizar as tecnologias web com o principal objetivo de construir relações de longo-prazo com os clientes aumentando a sua fidelização (Dwivedi *et al.* 2007).

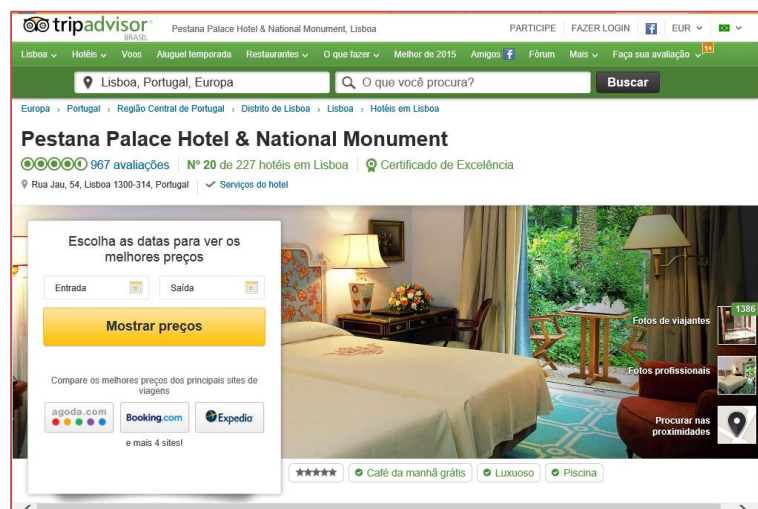
As empresas na web podem interagir com clientes reais e potenciais e promover *online* os seus produtos e serviços com vista a esta mesma fidelização de mercado (Dwivedi *et al.*, 2007; Carkeek, 2008; Birkinshaw, 2009; Ayeh, 2013).

As empresas podem interagir de forma muito simples, rápida e eficaz com o mercado no sentido de construírem ou desenvolverem marcas mais fortes (Mazurek, 2009; Levy, 2009; Barsky e Nash, 2009).

Na *web* as organizações podem partilhar e gerir as suas informações, comentários de clientes e outros conteúdos (Hearn, 2009; Mazurek, 2009; Levy, 2009; Mauri e Minazzi, 2013; Ayeh, 2013; Tham *et al.* 2013; Zhou *et al.*, 2014).

O mais popular website travel 2.0 é o TripAdvisor (figura 5) com mais de 10 milhões de utilizadores e que permite a visualização e partilha de comentários de outros turistas, rankings e outros conteúdos relacionados com hotéis e viagens.

Figura 5 Website Tripadvisor



Fonte: www.tripadvisor.com

A *web* e as tecnologias ou plataformas disponíveis vão permitir que os gestores utilizem o *feedback* do mercado que conseguem recolher *online* e utilizar esta informação na tomada de decisões.

A dimensão da partilha de informação *online* contribui para que o conteúdo gerado pelo utilizador seja, a maior fonte de informação existente na *web* (Browning *et al.*, 2013).

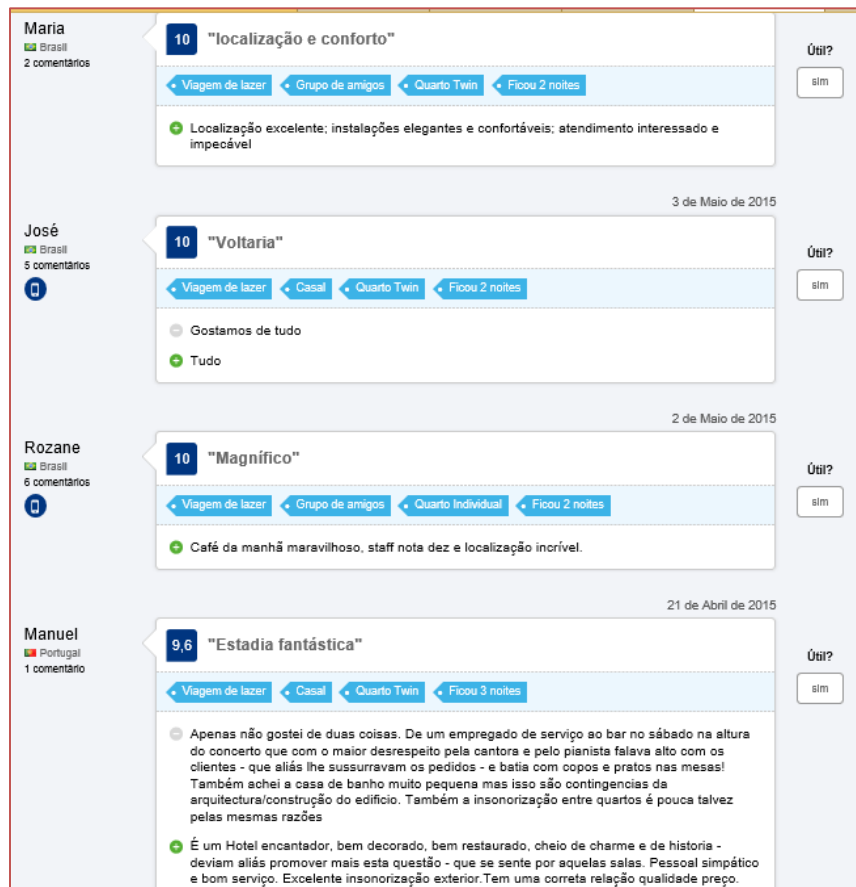
A *web* social é composta por todos os conteúdos publicados pelos utilizadores que contribuem ativamente para a sua construção e desenvolvimento, através de comentários *online*, publicação de fotografias e vídeos, classificação através de *ratings*, leitura e escrita de artigos e através da publicação de revisões sobre produtos ou serviços previamente experimentados.

O setor da hotelaria e turismo também evoluiu no sentido de se aproximar desta tendência e utilizar estas plataformas para melhor comunicar com o mercado e daí o termo utilizado de *travel 2.0*, que está relacionado com todo um conjunto de *websites* vocacionados para o turismo, viagens, etc permitem aos utilizadores uma grande interação social através da *web* (Grossman, 2007; Sparks, 2013; Xie, 2014).

Todo o processo de decisão de viagens passa atualmente por esta geração de *websites* e que permitem maior acesso a informação e maior capacidade de escolha.

Os turistas têm a sua disposição uma grande quantidade de promoções, ofertas, descrição dos hotéis, opiniões, etc. Estes *websites* permitem a partilha de experiências de viagem através de comentários e conteúdos com outros utilizadores, podendo esta partilha dar origem a fóruns *online* (Grossman, 2007; Sparks, 2013; Xie, 2014).

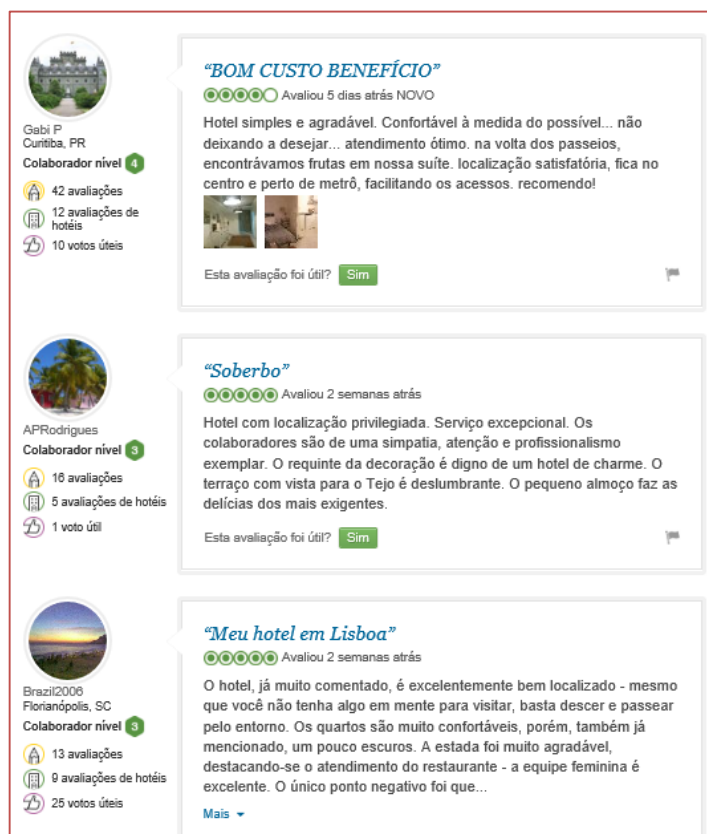
Figura 6 Comentários de clientes no site Booking.com



Fonte: www.booking.com

Como podemos verificar na figura 6 ([booking.com](http://www.booking.com)) os consumidores podem deixar comentários nestes *websites travel 2.0* com a pontuação atribuída e os fatores mais e menos apreciados, mas também outros conteúdos como fotografias do hotel por exemplo. Os turistas podem ainda partilhar informações entre si, de forma a influenciarem outros viajantes (Tham *et al.* 2013; Xie, 2014).

Figura 7 Comentários de clientes no website Tripadvisor.com



Fonte: www.tripadvisor.com

Como podemos ver na figura 7 quando os turistas publicam comentários, podemos verificar a sua identificação (nome, residência, tipo de cliente), uma frase em destaque antes do comentário e vão também atribuir um *ranking* numa escala de 1 a 5 a fatores como a localização, serviço ou a limpeza que depois resulta na pontuação média final.

Os comentários *online* e outros conteúdos fazem com que a maioria dos consumidores encontrem muito mais informação sobre determinado hotel pelo acesso à informação ou comentários deixados por outros consumidores que já utilizaram o mesmo hotel (Kotler, 2013; Sparks, 2013; Xie, 2014). Os turistas e potenciais hóspedes visitam em média cerca de três a quatro *websites* de viagens e leem revisões antes de marcarem as suas férias (TravelClick *apud* Kovacs, 2008).

Esta questão está a tornar-se de tal forma importante para os hotéis que já contratam empresas que oferecem serviços e sistemas de gestão da reputação *online*.

A Reviewpro por exemplo tem o chamado *Global Review Index*, que engloba o nível de satisfação proveniente de todos os maiores *websites* de comentários de hotéis.

Esta empresa desenvolveu ainda o *Revenue Optimizer*, uma ferramenta que permite aos hotéis individuais, marcas e cadeias hoteleiras mensurarem o desempenho (ADR, ocupação e RevPar), bem como da sua reputação (através do *Global Review Index*) em comparação com a sua concorrência e classificando os seus hotéis em uma de quatro categorias de acordo com os resultados obtidos (figura 8).

Figura 8 Revenue Optimizer

Revenue Opportunity O preço é baixo, mas a satisfação dos hóspedes é elevada, indicando que os hóspedes estariam dispostos a pagar mais pelo serviço. Considere elevar tarifas para incrementar suas receitas.	Optimized Situação ideal: tanto as receitas quanto a satisfação dos hóspedes são elevados; o seu hotel está superando o desempenho do conjunto da sua concorrência. Continue com esse excelente trabalho!
Problematic Dispara o alarme! Os níveis de satisfação dos hóspedes e de preços se situam abaixo dos níveis da concorrência. Promova mudanças nas áreas com reduzido desempenho para evitar quedas no RevPAR.	Revenue Risk O preço é alto, porém a satisfação dos hóspedes é baixa em comparação com a concorrência. Identifique e promova mudanças nas áreas com reduzidos níveis de satisfação rapidamente para manter e melhorar o seu RevPAR.

Fonte: www.reviewpro.com

A Universidade de Cornell utilizou o Global Review Index num estudo para provar que o aumento deste índice de satisfação de clientes influencia diretamente o desempenho dos hotéis (figura 9).

Figura 9 Impacto do Global Review Index no desempenho dos hotéis

A 1 point increase in a hotel's Global Review Index™ equals up to:		
+0.89% in ADR (avg. daily rate)	+0.54% in occupancy	+1.42% in RevPar

Fonte: Cornell Hospitality Report. Vol. 12 No. 15, Novembro 2012

Capítulo III

Estudo de Caso: Os guest reviews no processo de decisão de reserva num hotel: O caso Português

Capítulo III – Estudo de Caso: Os *guest reviews* no processo de decisão de reserva num hotel: O caso Português

3.1. Introdução ao Inquérito

Neste capítulo iremos descrever detalhadamente as características da amostra e os resultados do inquérito realizado entre 11 e 23 Março 2015 junto de 517 consumidores portugueses de serviços hoteleiros e utilizadores de internet.

Conforme já mencionado os dados mais recentes do INE referem-se a 2013 e segundo os quais 3,98 milhões de residentes realizaram pelo menos uma deslocação turística em que tenham dormido uma ou mais noites fora do seu ambiente habitual.

Com base nestes dados podemos afirmar que a amostra apresenta um intervalo de confiança de 4,31% para um índice de confiança de 95%.

Para preparar e implementar o inquérito foi utilizada a ferramenta *Google forms* colocando no início do inquérito um texto alusivo aos objetivos do estudo e respetivo público-alvo.

Por forma a conseguir uma boa amostra para o estudo o inquérito foi divulgado por *email* de forma viral e nas redes sociais Facebook e LinkedIn, abrangendo por isso um universo alargado de utilizadores de internet.

A análise de todas as respostas foi efetuada com recurso á ferramenta Excel e elaboração de quadros e gráficos que iremos analisar neste capítulo.

O Inquérito foi dividido em grupos de perguntas de forma a obter 3 níveis de informação - comportamental, demográfica e sociocultural (tabela 4)

Tabela 4 Dimensões e variáveis do inquérito

Dimensão	Variáveis	Indicadores
Comportamental	Caracterização do consumo	<u>Caracterização do consumo</u> Número estadias unidades hoteleiras (P1) Motivação estadia (P2) Forma de reserva (P3) Dispositivos utilizados (P3B)
	Processo de Decisão e Compra	<u>Processo de Decisão e Compra</u> Fatores que influenciam o Consumidor na escolha de uma unidade hoteleira (P4)
	Papel dos Websites de Comentários	<u>Papel dos Websites de comentários</u> Utilização de Websites de comentários (P5) Preferência de Websites de comentários (P6)
	Sensibilidade ao preço Vs comentários	<u>Sensibilidade ao preço Vs. comentários</u> Medir a predisposição e valor a pagar a mais por um hotel com melhores comentários (P7)
Demográfica	Matriz Demográfica	<u>Matriz Demográfica</u> Idade (P8) Género (P9) Agregado Familiar (P12)
Sócio Cultural	Estratificação Social	<u>Estratificação Social</u> Nível Económico-financeiro (P10)
	Capital Cultural	<u>Capital Cultural</u> Nível de Formação Académica (P11)

Fonte. O Autor.

3.2. Caracterização Sociodemográfica da Amostra

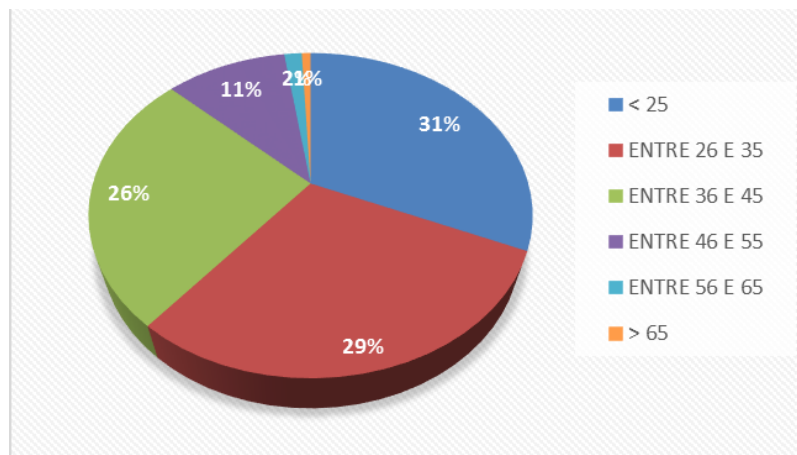
Tabela 5 Caracterização sociodemográfica da amostra

IDADE	< 25	163	31,5%
	ENTRE 26 E 35	152	29,4%
	ENTRE 36 E 45	135	26,1%
	ENTRE 46 E 55	55	10,6%
	ENTRE 56 E 65	8	1,5%
	> 65	4	0,8%
	Total	517	100,0%
GÉNERO	MASCULINO	244	47,2%
	FEMININO	273	52,8%
	Total	517	100,0%
NÍVEL DE ESCOLARIDADE	ENSINO SECUNDÁRIO	54	10,4%
	LICENCIATURA	326	63,1%
	PÓS-GRADUAÇÃO	83	16,1%
	MESTRADO	45	8,7%
	DOUTORAMENTO	9	1,7%
	Total	517	100,0%
RENDIMENTO LÍQUIDO MENSAL DO AGREGADO FAMILIAR	< 2000€	221	42,7%
	2001€ A 3000€	142	27,5%
	3001€ A 4000€	65	12,6%
	4001€ A 5000€	42	8,1%
	5001€ A 6000€	20	3,9%
	> 6000€	27	5,2%
	Total	517	100,0%
COMPOSIÇÃO DO AGREGADO FAMILIAR	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	123	23,8%
	1 ADULTO COM CRIANÇAS	25	4,8%
	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	131	25,3%
	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	209	40,4%
	MAIS DE 2 ADULTOS SEM	19	3,7%
	MAIS DE 2 ADULTOS COM	4	0,8%
	OUTRA	1	0,2%
	Total	512	99,0%

Fonte: Autor

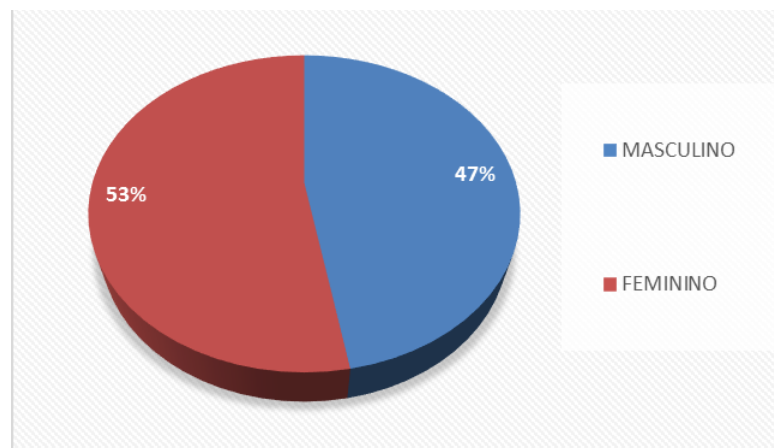
Na caracterização da amostra podemos aferir que há predominância (87%) para inquiridos até 45 anos, sendo o total de inquiridos 53% género feminino e 47% masculino.

Gráfico 1 Caracterização da amostra - idade



Fonte: Autor

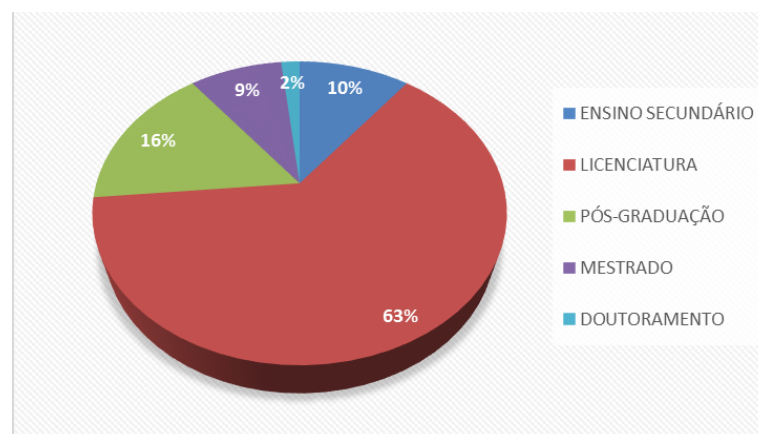
Gráfico 2 Caracterização da amostra - género



Fonte: Autor

No nível de escolaridade a maioria é licenciados (63%) seguido de pós-graduados (16%).

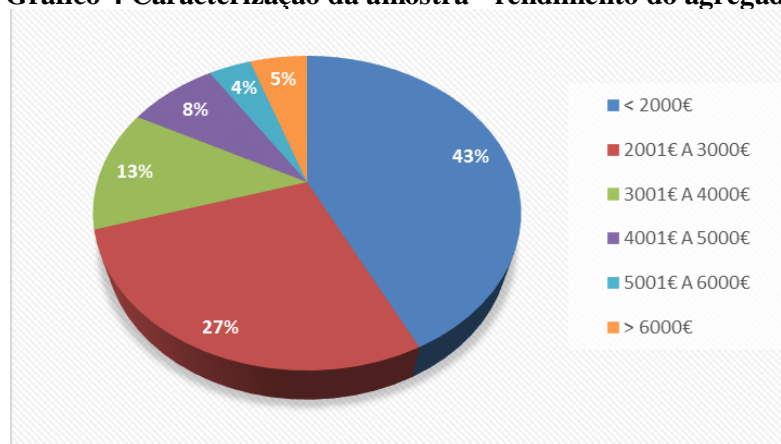
Gráfico 3 Caracterização da amostra - nível de escolaridade



Fonte: Autor

Em relação ao nível de rendimento líquido mensal do agregado familiar o escalão até 3.000€ corresponde a 70% dos inquiridos.

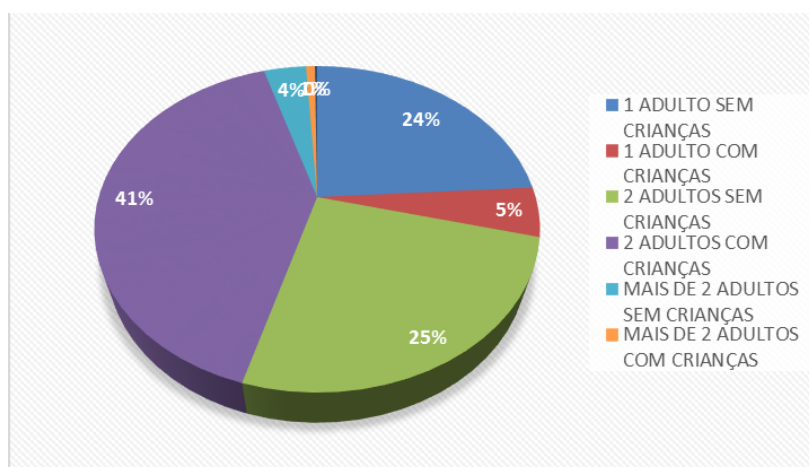
Gráfico 4 Caracterização da amostra - rendimento do agregado familiar



Fonte: Autor

Na composição do agregado familiar o maior número de respostas é de 2 adultos com crianças (41%), seguido de 2 adultos sem crianças (25%) e um adulto sem crianças (24%)

Gráfico 5 Caracterização da amostra - agregado familiar



Fonte: Autor

3.3. Caracterização dos Hábitos de Consumo da Amostra

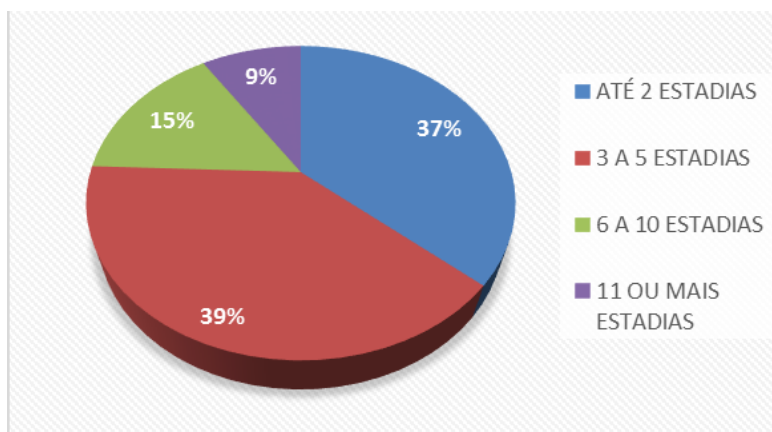
Tabela 6 Caracterização dos hábitos de consumo da amostra

EM MÉDIA, QUAL O NÚMERO DE ESTADIAS EM HOTÉIS OU SIMILARES QUE REALIZA POR ANO?	ATÉ 2 ESTADIAS	188	36,4%
	3 A 5 ESTADIAS	203	39,3%
	6 A 10 ESTADIAS	79	15,3%
	11 OU MAIS ESTADIAS	47	9,1%
	Total	517	100,0%
QUAL O PRINCIPAL MOTIVO DAS ESTADIAS QUE REALIZA?	LAZER	427	82,6%
	TRABALHO	81	15,7%
	OUTRA	9	1,7%
	Total	517	100,0%

Fonte: Autor

Em relação aos hábitos de consumo da amostra podemos referir que 39% dos inquiridos têm 3 a 5 estadias por ano em hotéis ou similares, seguido de 37% com 1 ou 2 estadias e 24% com mais de 5 estadias por ano.

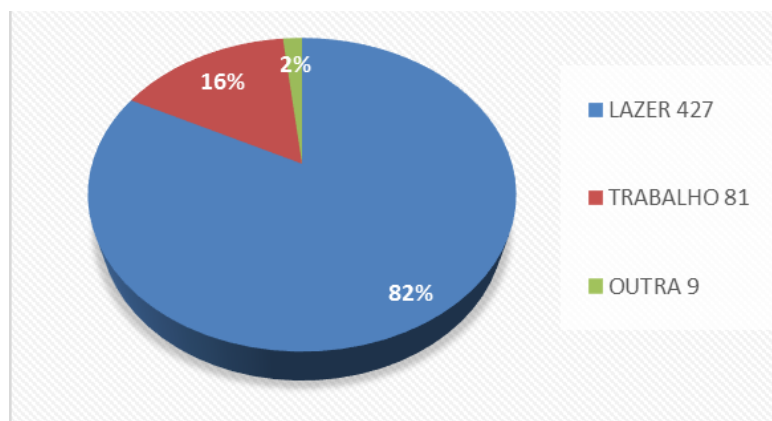
Gráfico 6 Caracterização da amostra - nº médio de estadias por ano



Fonte: Autor

A principal motivação é o Lazer com 82,6% e trabalho representa apenas 16%.

Gráfico 7 Caracterização da amostra - Motivação da estadia



Fonte: Autor

Pela análise das respostas ao nível da caracterização da amostra optou-se pela análise cruzada dos dados agrupando as hipóteses de respostas relacionadas com as características demográficas e socioculturais por forma a obter grupos mais relevantes, considerando grupos nunca inferiores a 50 respostas.

Tabela 7 Agrupamento de respostas na caracterização da amostra

GÉNERO	MASCULINO	244	47%
	FEMININO	273	53%
	Total	517	100%
MOTIVAÇÃO	LAZER	427	83%
	TRABALHO	81	16%
	OUTRA	9	2%
	Total	517	100%
NÚMERO DE ESTADIAS	ATÉ 2 ESTADIAS	188	36%
	3 A 5 ESTADIAS	203	39%
	6 OU MAIS ESTADIAS	126	24%
	Total	517	100%
IDADE	<25 ANOS	163	32%
	ENTRE 26 E 35 ANOS	152	29%
	ENTRE 36 E 45 ANOS	135	26%
	46 ANOS OU MAIS	67	13%
	Total	517	100%
RENDIMENTO	<2000€	221	43%
	2001€ A 3000€	142	27%
	3001€ A 4000€	65	13%
	4001€ OU MAIS	89	17%
	Total	517	100%
AGREGADO FAMILIAR	ADULTOS SEM FILHOS	273	53%
	ADULTOS COM FILHOS	238	46%
	Total	511	99%

Fonte: Autor

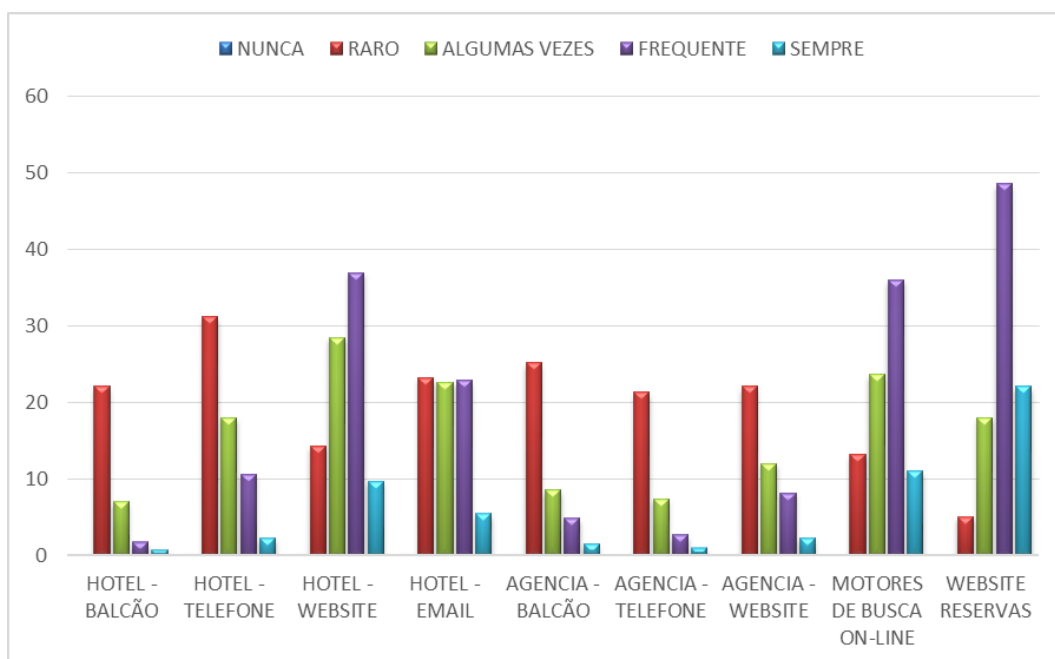
Em relação aos canais de reserva utilizados (tabela 8.) podemos dizer que em primeiro lugar estão os *websites* de reservas com 71% de inquiridos a utilizar sempre, ou frequentemente, depois os motores de busca *online* e o *website* do hotel ambos com aproximadamente 47% dos inquiridos a utilizar sempre, ou frequentemente. Por outro lado temos canais tradicionais como as agências de viagens via telefone ou ao balcão com 89% e 85% respetivamente com respostas de nunca, ou raramente e o hotel ao balcão com 91% de respostas nunca, ou raramente usarem estes canais de reserva.

Tabela 8 Frequência de utilização dos canais de reserva apresentados

		TOTAL					
		NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE	SEMPRE	TOTAL
HOTEL - BALCÃO	Row N %	68,5	22,1	7,0	1,7	,8	100,0
HOTEL - TELEFONE	Row N %	37,9	31,1	18,0	10,6	2,3	100,0
HOTEL - WEBSITE	Row N %	10,6	14,3	28,4	36,9	9,7	100,0
HOTEL - EMAIL	Row N %	25,9	23,2	22,6	22,8	5,4	100,0
AGENCIA - BALCÃO	Row N %	60,0	25,1	8,5	4,8	1,5	100,0
AGENCIA - TELEFONE	Row N %	67,7	21,3	7,4	2,7	1,0	100,0
AGENCIA - WEBSITE	Row N %	55,5	22,1	12,0	8,1	2,3	100,0
MOTORES DE BUSCA ON-LINE	Row N %	16,2	13,2	23,6	36,0	11,0	100,0
WEBSITE RESERVAS	Row N %	6,4	5,0	18,0	48,5	22,1	100,0

Fonte: Autor

Na análise cruzada de dados estas tendências mantêm-se iguais para a maioria das variáveis sociodemográficas, apenas se nota nos clientes com motivação de negócios uma utilização acima da média dos canais agência de viagens e hotel via *email*. Também nos inquiridos com mais de 46 anos se nota a maior utilização das agências de viagens tradicionais via telefone e a menor utilização dos motores de reservas *online*.

Gráfico 8 Frequência de utilização dos canais de reserva apresentados

Fonte: Autor

O dispositivo mais utilizado para acesso à internet no processo de escolha e reserva de hotel é o computador portátil com 90,8%, seguido do *smartphone* (44,5%) e depois o *tablet* (38,7%)

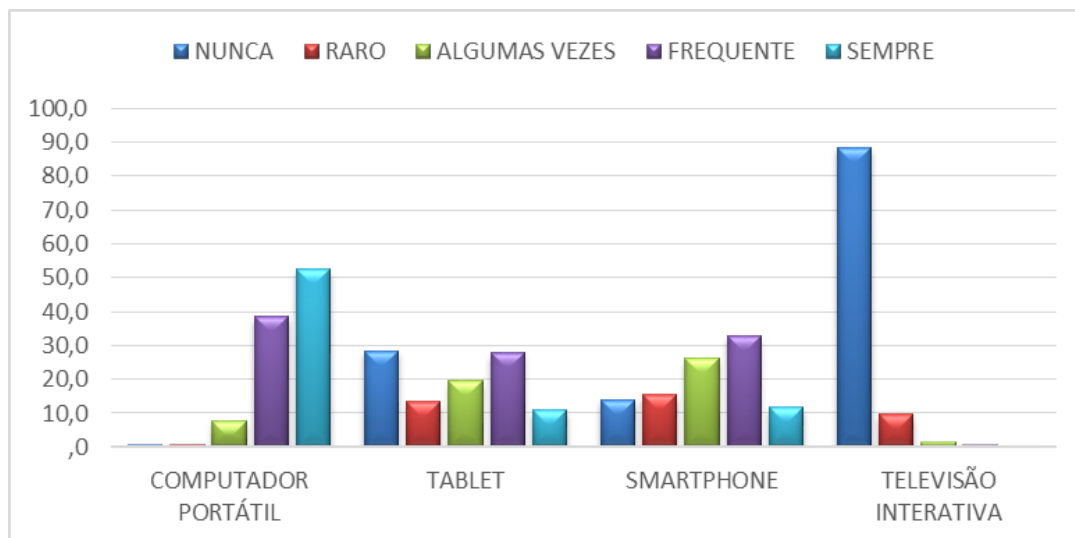
Esta tendência mantém-se quando cruzamos os dados com os fatores sociodemográficos. De notar apenas que a utilização de portátil está 2% acima da média para a faixa etária de mais de 46 anos e a utilização de *tablet* e *smartphones* está 8% acima da média na faixa etária até aos 25 anos.

Tabela 9 Frequência de utilização das tecnologias de acesso a internet

		TOTAL					Total
		NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE	SEMPRE	
COMPUTADOR PORTÁTIL	Row N %	,8	,8	7,6	38,5	52,3	100,0
TABLET	Row N %	28,4	13,3	19,6	27,8	10,9	100,0
SMARTPHONE	Row N %	14,0	15,4	26,1	32,7	11,8	100,0
TELEVISÃO INTERATIVA	Row N %	88,3	9,6	1,4	,6	-	100,0

Fonte: Autor

Gráfico 9 Utilização das tecnologias de acesso á internet



Fonte: Autor

3.4. Caracterização Comportamental da Amostra

3.4.1. Fatores de decisão de reserva

Foram analisados 11 fatores influenciadores da decisão de escolha e reserva de uma unidade hoteleira para primeira estadia sem experiência anterior, por forma a aferir o peso de cada item sem influência de uma experiência própria que seria obviamente o fator mais decisivo, depreciando os resultados e importância dos restantes fatores.

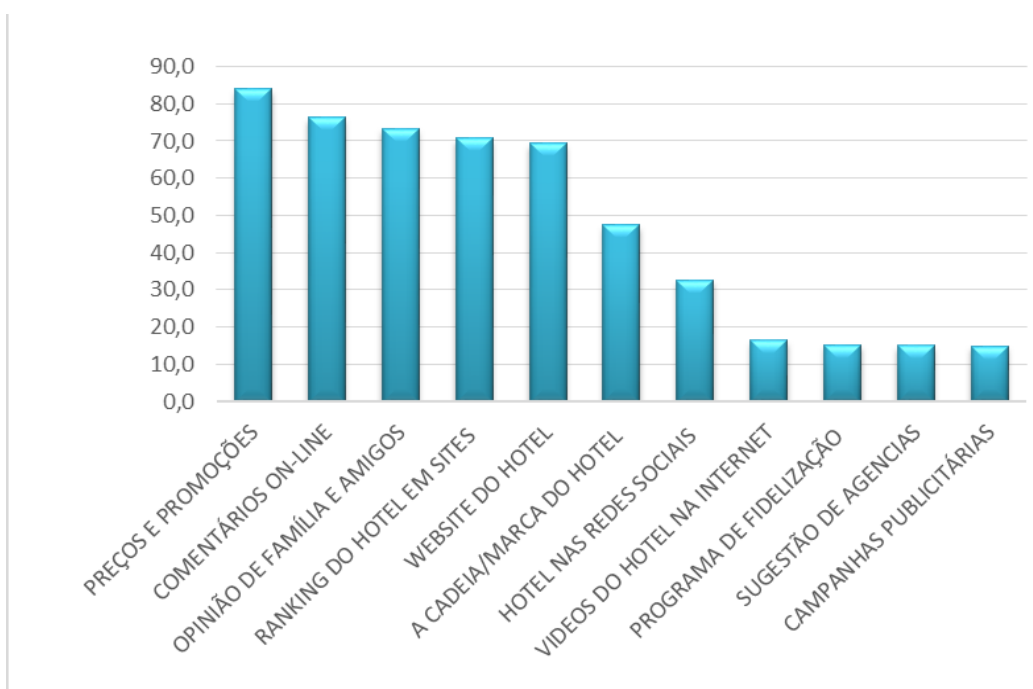
No quadro seguinte e sem qualquer cruzamento de dados sociodemográficos notamos que os fatores mais referenciados como fundamentais na decisão de escolha de um hotel na internet, ou seja, respostas 4 ou 5-“Mais Importante” são definitivamente os preços e promoções com 83,9% de respostas neste intervalo, seguido dos comentários *online* com 76,4%, opinião de família e amigos com 73,3% e *ranking* do hotel nos *websites* de comentários com 70,8%. A importância das marcas e cadeias hoteleiras aparece no meio da tabela com apenas 47,4% seguido da presença dos hotéis nas redes sociais com 37,2% a considerarem importante ou muito importante.

Tabela 10 Fatores de decisão na escolha de um hotel

		TOTAL					
		1 - MENOS IMPORTANTE	2	3	4	5 - MAIS IMPORTANTE	Total
OPINIÃO DE FAMÍLIA E AMIGOS	Row N %	2,1	7,7	16,8	35,6	37,7	100,0
HOTEL NAS REDES SOCIAIS	Row N %	12,4	25,0	30,0	26,1	6,6	100,0
COMENTÁRIOS ON-LINE	Row N %	1,7	6,2	15,7	38,9	37,5	100,0
RANKING DO HOTEL EM SITES	Row N %	2,9	6,8	19,5	45,5	25,3	100,0
WEBSITE DO HOTEL	Row N %	1,7	4,1	24,8	42,4	27,1	100,0
PREÇOS E PROMOÇÕES	Row N %	,4	2,5	13,2	43,5	40,4	100,0
PROGRAMA DE FIDELIZAÇÃO	Row N %	24,2	30,9	29,6	11,8	3,5	100,0
VIDEOS DO HOTEL NA INTERNET	Row N %	27,7	32,9	23,0	13,5	2,9	100,0
SUGESTÃO DE AGENCIAS	Row N %	36,0	29,4	19,5	12,8	2,3	100,0
CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS	Row N %	21,3	28,4	35,4	13,0	1,9	100,0
A CADEIA/MARCA DO HOTEL	Row N %	4,8	11,6	36,2	34,2	13,2	100,0

Fonte: Autor

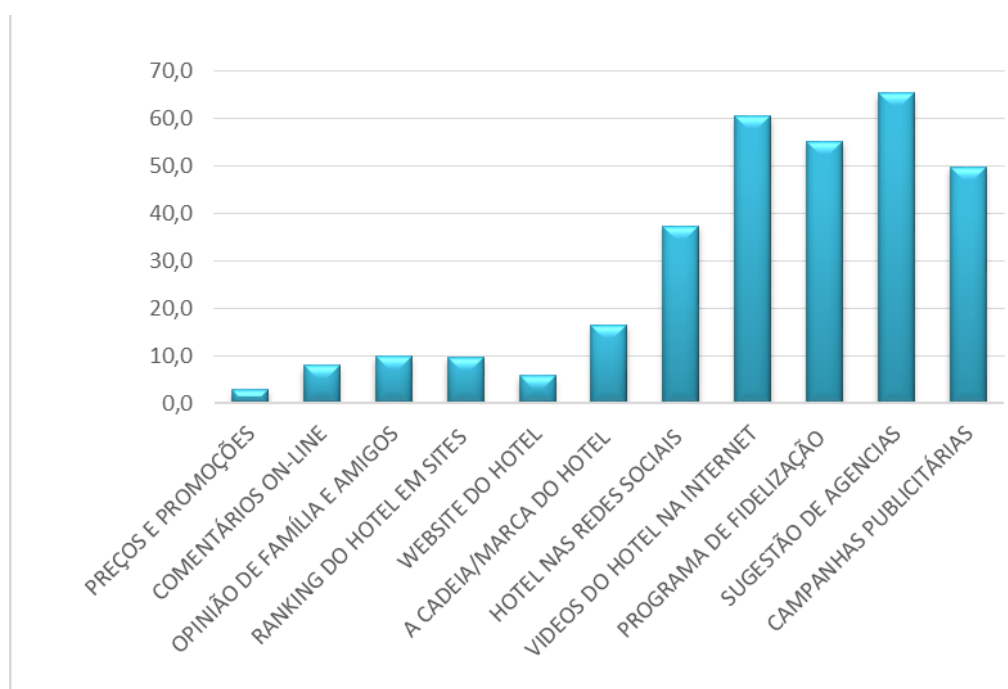
Gráfico 10 Frequência de respostas 4 e 5 nos fatores de decisão na escolha de hotel



Fonte: Autor

No final da tabela temos como fatores menos importantes, com a maioria das respostas de pouco ou nada importantes as sugestões de agências com 65,4% de respostas 1 e 2, vídeos do hotel com 60,5%, programas de fidelização 55,1% e campanhas publicitárias com 49,7%.

Gráfico 11 Frequência de resposta 1 e 2 nos fatores de decisão na escolha de hotel



Fonte: Autor

Na tabela 11 temos o *ranking* e os valores médios de todas as respostas, não só os totais mas também os resultados por segmentação demográfica das respostas e podemos verificar que de uma maneira geral a tendência mantém-se, com algumas informações adicionais como por exemplo:

Os homens valorizam um pouco mais os *rankings* dos hotéis e as mulheres as imagens e textos do *website* do hotel;

Os clientes com 6 ou mais estadias por ano colocam em primeiro lugar os comentários *online* e depois os preços e promoções;

Os clientes com mais de 45 anos colocam em primeiro lugar a opinião de família e amigos;

Os rendimentos entre 3 e 4 mil euros são os que mais valor dão aos preços e promoções bem como aos comentários *online* enquanto os rendimentos acima de 4 mil euros valorizam em primeiro lugar a opinião de família e amigos;

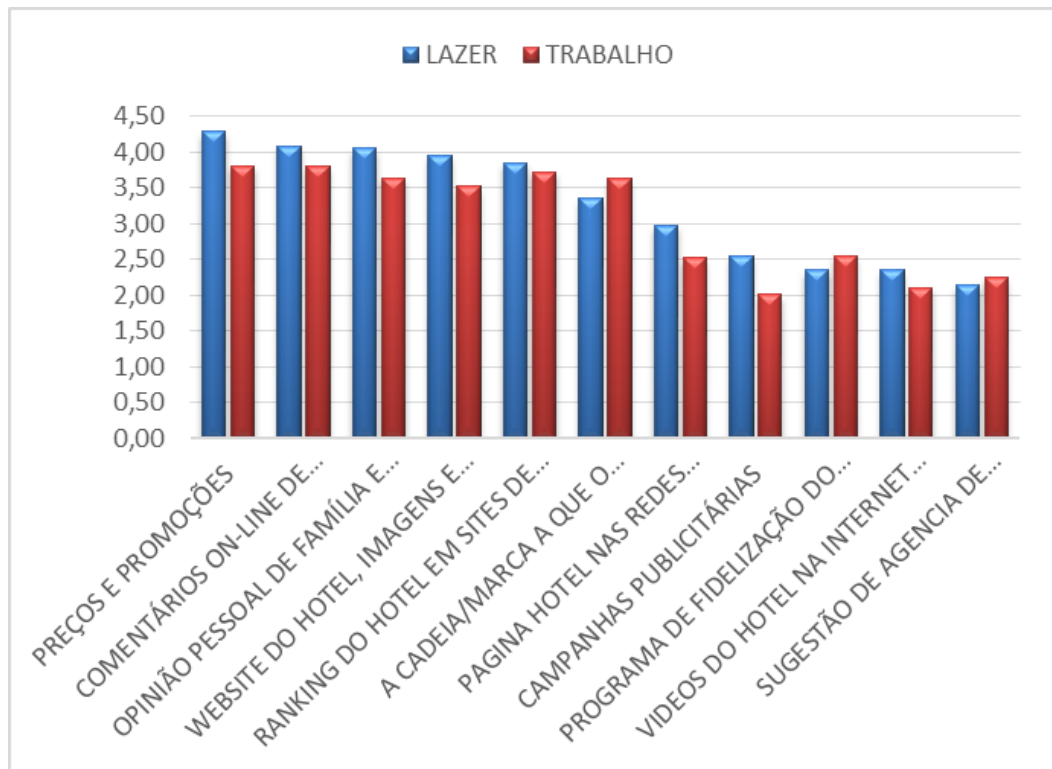
Tabela 11 Média das respostas sobre os fatores de decisão na escolha de hotel

		Género			MOTIVAÇÃO		NÚMERO DE ESTADIAS			IDADE				RENDIMENTO				AGREGADO FAMILIAR	
		TOTAL	M	F	LAZER	TRAB	ATÉ 2	3 A 5	6 MAIS	<25	26-35	36-45	>46	< 2000€	2001€-3000€	3001€-4000€	> 4001€	AD S CRIANÇAS	AD C CRIANÇAS
PREÇOS E PROMOÇÕES	1	4,21	4,12	4,29	4,29	3,81	4,35	4,19	4,04	4,31	4,30	4,13	3,94	4,30	4,15	4,37	3,96	4,22	4,19
COMENTÁRIOS ON-LINE DE OUTROS CLIENTES	2	4,04	3,99	4,09	4,09	3,80	3,94	4,09	4,12	3,98	4,18	4,01	3,97	3,96	4,16	4,26	3,90	4,07	4,00
OPINIÃO PESSOAL DE FAMÍLIA E AMIGOS	3	3,99	3,94	4,04	4,06	3,64	4,13	3,93	3,88	4,01	3,96	3,90	4,19	3,92	4,11	3,89	4,04	3,91	4,07
WEBSITE DO HOTEL, IMAGENS E DESCRIÇÕES	4	3,89	3,76	4,00	3,96	3,52	3,95	3,89	3,80	3,99	4,02	3,77	3,58	3,88	3,93	4,08	3,71	3,90	3,87
RANKING DO HOTEL EM SITES DE COMENTÁRIOS	5	3,84	3,79	3,88	3,85	3,73	3,84	3,83	3,85	3,87	3,99	3,70	3,66	3,80	3,99	3,88	3,66	3,84	3,82
A CADEIA/MARCA A QUE O HOTEL PERTENCE	6	3,39	3,26	3,51	3,35	3,63	3,49	3,31	3,39	3,69	3,25	3,17	3,45	3,38	3,48	3,22	3,40	3,37	3,41
PAGINA HOTEL NAS REDES SOCIAIS	7	2,90	2,56	3,19	2,98	2,52	3,20	2,83	2,55	3,25	2,92	2,52	2,73	3,17	2,85	2,46	2,60	2,93	2,84
CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS	8	2,46	2,33	2,57	2,55	2,01	2,66	2,41	2,24	2,74	2,35	2,24	2,46	2,50	2,54	2,40	2,27	2,42	2,49
PROGRAMA DE FIDELIZAÇÃO DO HOTEL	9	2,39	2,26	2,52	2,36	2,56	2,59	2,27	2,31	2,57	2,36	2,24	2,36	2,44	2,51	2,20	2,24	2,35	2,45
VIDEOS DO HOTEL NA INTERNET (YOUTUBE)	10	2,31	2,16	2,45	2,36	2,11	2,63	2,25	1,93	2,51	2,30	2,07	2,34	2,33	2,47	2,03	2,20	2,27	2,34
SUGESTÃO DE AGENCIA DE VIAGENS	11	2,16	1,97	2,33	2,14	2,26	2,37	2,06	2,00	2,25	2,13	2,04	2,27	2,11	2,33	1,86	2,22	2,10	2,21

Fonte: Autor

Observando as diferenças entre motivações de estadia notamos que os clientes em negócios (gráfico 12.) face à média valorizam mais os rankings dos hotéis na internet e menos a opinião de familiares e amigos, além de darem mais importância aos programas de fidelização e às marcas hoteleiras, desvalorizando por outro lado o *website* do hotel e campanhas publicitárias;

Gráfico 12 Média das respostas sobre os fatores de decisão (lazer e trabalho)



Fonte: Autor

3.4.2. Utilização de websites de “*Guest Reviews*”

Relacionado com a utilização dos *websites* de *guest reviews* tornou-se importante para o estudo comprovar resultados sobre a importância dos mesmos no processo de decisão sobre unidades hoteleiras *online* bem como o tipo de utilização e interpretação dada pelos consumidores aos respetivos resultados.

Para o efeito os inquiridos foram confrontados com um conjunto de afirmações às quais deveriam responder se concordavam ou não, ou simplesmente colocar “sem opinião”.

Tabela 12 Concordância com afirmações sobre o processo de escolha de hotel

		TOTAL		
		SIM	NÃO	S/OPINIÃO
CONSULTO WEBSITES COM COMENTÁRIOS DE OUTROS CLIENTES ANTES DE EFETUAR RESERVA	Row N %	87,2	10,3	2,5
PARTILHO A OPINIÃO SOBRE HOTÉIS NAS REDES SOCIAIS	Row N %	30,6	62,5	7,0
CONSIDERO CREDÍVEIS OS COMENTÁRIOS DE OUTROS CLIENTES	Row N %	73,5	7,9	18,6
OS COMENTÁRIOS DE CLIENTES SÃO MAIS CREDÍVEIS DO QUE AS CADEIAS/MARCAS HOTELEIRAS	Row N %	52,0	25,9	22,1
EM HOTÉIS IDÊNTICOS COM O MESMO PREÇO OPTO PELO QUE TEM MELHORES COMENTÁRIOS	Row N %	80,9	11,8	7,4
ESCREVO EM SITES DE COMENTÁRIOS DEPOIS DA ESTADIA QUANDO TENHO ELOGIOS	Row N %	36,9	53,8	9,3
PREFIRO PAGAR UM POUCO MAIS PARA RESERVAR UM HOTEL COM MELHORES COMENTÁRIOS	Row N %	61,1	25,5	13,3
NÃO ESCOLHO HOTÉIS COM COMENTÁRIOS MAIORITARIAMENTE NEGATIVOS	Row N %	79,1	13,0	7,9
DESCONFIO DE UM HOTEL QUE NÃO TENHA COMENTÁRIOS DE CLIENTES	Row N %	57,4	25,3	17,2
ESCOLHERIA UM HOTEL COM MAUS COMENTÁRIOS DESDE QUE O PREÇO FOSSE MAIS BAIXO DO QUE OUTRAS OPÇÕES	Row N %	5,8	77,6	16,6
PREFIRO HOTÉIS QUE RESPONDEM AOS COMENTÁRIOS E CRÍTICAS DE CLIENTES	Row N %	66,3	12,0	21,7
DOU MAIS VALOR A COMENTÁRIOS DE CLIENTES COMO O MEU PERFIL DE CONSUMIDOR	Row N %	60,0	14,9	25,1

Fonte: Autor

Observando a tabela 12 e 13 verificamos que as afirmações que reúnem maior concordância são “consulta *websites* com comentários de outros clientes antes de efetuar reserva” (87,2%); “em Hotéis idênticos com o mesmo preço opto pelo que tem melhores comentários” (80,9%); “Não escolho hotéis com comentários maioritariamente negativos” (79,1%); “Considero credíveis comentários de outros clientes” (73,5%).

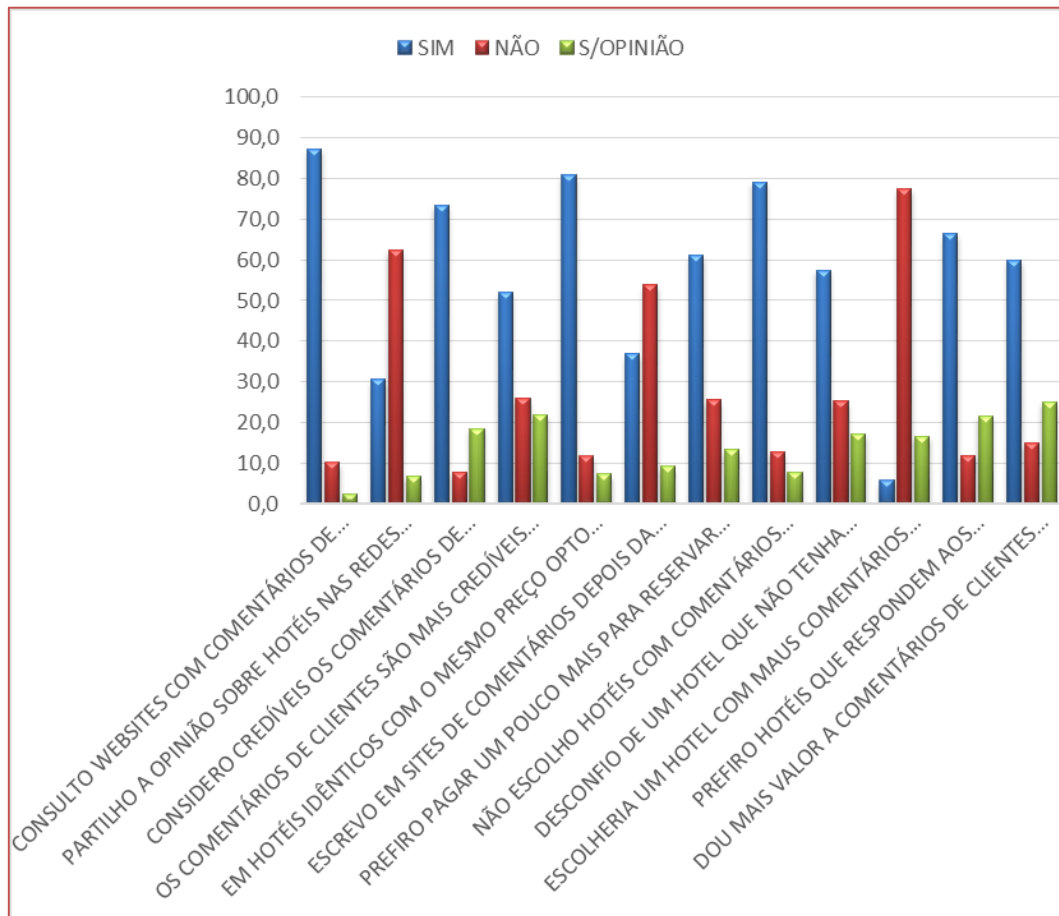
Tabela 13 Nível de concordância com as afirmações (% respostas SIM)

	Total	Género		MOTIVAÇÃO		NÚMERO DE ESTADIAS			IDADE				RENDIMENTO				AGREGADO FAMILIAR	
	TOTAL	M	F	LAZER	TRAB	ATÉ 2	3 A 5	6 MAIS	<25	26-35	36-45	>46	< 2000€	2001€-3000€	3001€-4000€	> 4001€	AD S CRIANÇAS	AD C CRIANÇAS
CONSULTO WEBSITES COM COMENTÁRIOS DE OUTROS CLIENTES ANTES DE EFETUAR RESERVA	87,2	87,7	86,8	88,3	82,7	80,9	92,1	88,9	84,0	92,1	88,9	80,6	84,6	88,7	89,2	89,9	89,7	84,5
PARTILHO A OPINIÃO SOBRE HOTÉIS NAS REDES SOCIAIS	30,6	31,6	29,7	31,1	29,6	22,3	32,0	40,5	20,2	38,2	34,8	29,9	30,3	32,4	36,9	23,6	35,5	24,8
CONSIDERO CREDÍVEIS OS COMENTÁRIOS DE OUTROS CLIENTES	73,5	73,8	73,3	72,8	80,2	69,7	75,4	76,2	68,1	76,3	78,5	70,1	70,6	79,6	89,2	59,6	72,9	74,4
OS COMENTÁRIOS DE CLIENTES SÃO MAIS CREDÍVEIS DO QUE AS CADEIAS/MARCAS HOTELEIRAS	52,0	58,6	46,2	52,2	53,1	42,6	55,2	61,1	39,9	57,9	57,8	56,7	50,2	46,5	73,8	49,4	53,1	50,8
EM HOTÉIS IDÊNTICOS COMO MESMO PREÇO OPTO PELO QUE TEM MELHORES COMENTÁRIOS	80,9	81,6	80,2	79,9	84,0	75,0	81,8	88,1	73,6	81,6	88,1	82,1	73,8	85,2	96,9	79,8	78,8	84,0
ESCREVO EM SITES DE COMENTÁRIOS DEPOIS DA ESTADIA QUANDO TENHO ELOGIOS	36,9	38,5	35,5	35,8	43,2	27,7	39,4	46,8	30,1	40,8	41,5	35,8	36,2	35,9	40,0	38,2	38,8	35,3
PREFIRO PAGAR UM POUCO MAIS PARA RESERVAR UM HOTEL COM MELHORES COMENTÁRIOS	61,1	63,1	59,3	61,1	64,2	51,1	63,5	72,2	47,9	62,5	73,3	65,7	49,8	66,2	80,0	67,4	60,1	62,6
NÃO ESCOLHO HOTÉIS COM COMENTÁRIOS MAIORITARIAMENTE NEGATIVOS	79,1	79,1	79,1	78,0	87,7	75,5	79,3	84,1	71,2	80,3	83,7	86,6	73,3	79,6	92,3	83,1	78,0	80,3
DESCONFIO DE UM HOTEL QUE NÃO TENHA COMENTÁRIOS DE CLIENTES	57,4	59,0	56,0	57,4	59,3	54,8	58,1	60,3	49,7	57,2	65,2	61,2	52,0	59,9	64,6	61,8	57,9	56,7
ESCOLHERIA UM HOTEL COM MAUS COMENTÁRIOS DESDE QUE O PREÇO FOSSE MAIS BAIXO DO QUE OUTRAS OPÇÕES	5,8	5,7	5,9	6,1	3,7	6,9	6,4	3,2	9,2	6,6	2,2	3,0	9,0	2,8	3,1	4,5	7,7	3,8
PREFIRO HOTÉIS QUE RESPONDEM AOS COMENTÁRIOS E CRÍTICAS DE CLIENTES	66,3	68,0	64,8	67,9	59,3	69,1	67,5	60,3	66,3	63,2	68,1	70,1	65,2	66,9	64,6	69,7	70,3	62,6
DOU MAIS VALOR A COMENTÁRIOS DE CLIENTES COM O MEU PERFIL DE CONSUMIDOR	60,0	63,5	56,8	57,8	70,4	58,0	59,6	63,5	54,6	57,9	63,7	70,1	55,7	63,4	61,5	64,0	60,4	59,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total	517	244	273	427	81	188	203	126	163	152	135	67	221	142	65	89	273	238

Fonte: Autor

Podemos ainda constatar que 77,6% dos inquiridos não escolheria um hotel com maus comentários mesmo que o preço fosse mais competitivo do que outras opções e 66,3% preferem hotéis que respondem aos *Guest Reviews* na internet. Em relação ao preço 61,1% prefere pagar um pouco mais para escolher um hotel com melhores comentários, o que é muito significativo em termos de sensibilidade a relação qualidade-preço. Apesar de 87,2% consultarem comentários de outros clientes apenas 36,9% escreve comentários depois da estadia e nas redes sociais apenas 30,6% partilha a sua opinião sobre hotéis.

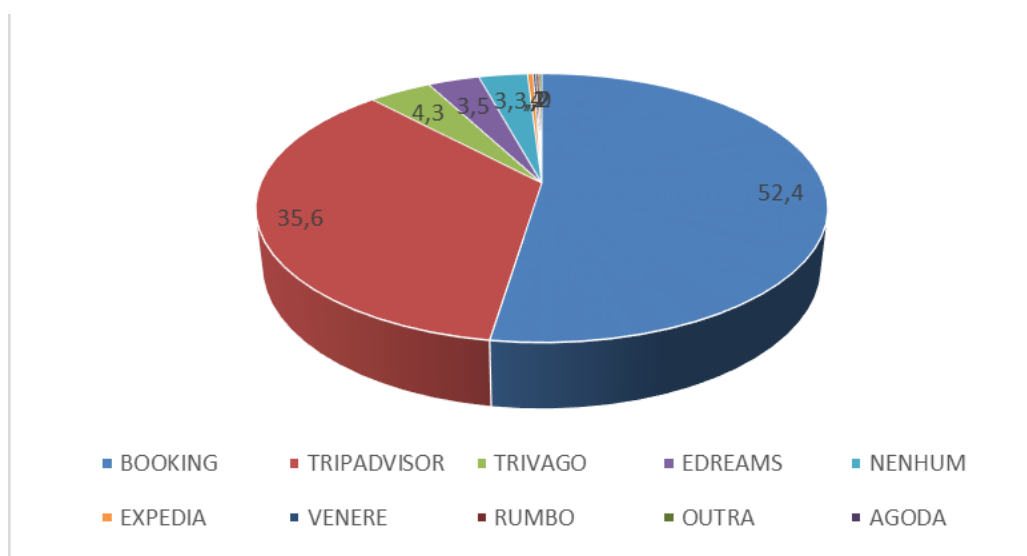
Gráfico 13 Nível de concordância com afirmações sobre processo de escolha de hotel



Fonte: Autor

No gráfico 14 podemos verificar que os *websites* de comentários mais utilizados com as respostas a recaírem para a booking com 52,4% das preferências, seguido pela tripadvisor com 35,6%. Estes dois *websites* são os mais importantes pois são a escolha de 88% dos inquiridos, em 3º e 4º lugar aparecem a Trivago e edreams mas com apenas 4,3% e 3,5% respetivamente. As restantes opções para consulta de comentários têm resultados muito baixos, inferiores a 0,5%, ou seja, não são praticamente utilizadas.

Gráfico 14 Websites utilizados com mais frequência para pesquisa de comentários



Fonte: Autor

3.4.3. Sensibilidade ao preço versus *Guest Reviews*

Um dos aspetos em análise no inquérito era a forma como os consumidores encaram a relação entre os *guest reviews* e a sua sensibilidade ao fator preço, ou seja, a disponibilidade para despende um valor mais elevado por forma a garantir a escolha de um hotel com melhores comentários, ou, evitar a escolha de um hotel com comentários negativos e, conseqüentemente, tentar salvaguardar o nível de satisfação com a estadia.

Nesse sentido o inquérito propunha uma reflexão sugerindo um cenário hipotético com a seguinte pergunta: “Num cenário de escolha entre dois hotéis disponíveis com características idênticas mas um deles com comentários negativos, quanto estaria disposto a pagar a mais pelo hotel com melhores comentários?”

No quadro 14 podemos verificar as respostas dadas a esta pergunta e observa-se que 77,6% dos inquiridos estão dispostos a pagar um acréscimo no preço de 10%, 47% assumem estar dispostos a pagar um acréscimo até 20%, 15,9% iriam pelo menos até um acréscimo de 30% no preço da estadia, apenas 2,9% estariam dispostos a pagar mais 40%, 1,8% mais 50% e apenas 0,8% pagariam mais de 50% do preço para garantir a escolha de um hotel com melhores comentários.

Tabela 14 Disponibilidade para pagar mais por um hotel com melhores comentários

		Total	Género		MOTIVAÇÃO		NÚMERO DE ESTADIAS			IDADE				RENDIMENTO				AGREGADO FAMILIAR	
		TOTAL	M	F	LAZER	TRAB	ATÉ 2	3 A 5	6 MAIS	<25	26-35	36-45	>46	< 2000€	2001€-3000€	3001€-4000€	> 4001€	AD S CRIANÇAS	AD C CRIANÇAS
NUM CENÁRIO DE ESCOLHA ENTRE DOIS HOTÉIS DISPONÍVEIS COM CARACTERÍSTICAS IDÊNTICAS MAS UM DELES COM COMENTÁRIOS NEGATIVOS, QUANTO ESTARIA DISPOSTO A PAGAR A MAIS PELO HOTEL COM MELHORES COMENTÁRIOS?	NÃO VEJO OS COMENTÁRIOS	5,8	4,9	6,6	5,2	8,6	8,5	3,9	4,8	8,6	3,3	3,7	9,0	8,6	4,2	-	5,6	4,8	6,7
	NÃO ESTARIA DISPOSTO A PAGAR MAIS	15,1	16,4	13,9	15,5	11,1	12,2	18,7	13,5	16,0	15,8	11,9	17,9	15,4	14,1	9,2	20,2	17,6	12,6
	ATÉ MAIS 10%	30,6	28,7	32,2	31,4	27,2	38,8	26,1	25,4	30,7	32,2	32,6	22,4	36,2	28,2	27,7	22,5	29,3	31,9
	ATÉ MAIS 20%	31,1	33,6	28,9	31,6	32,1	28,2	35,5	28,6	31,9	31,6	32,6	25,4	28,1	33,8	36,9	30,3	32,6	29,8
	ATÉ MAIS 30%	13,0	13,5	12,5	11,5	19,8	6,9	11,8	23,8	8,0	11,8	15,6	22,4	6,8	17,6	18,5	16,9	10,3	16,4
	ATÉ MAIS 40%	1,2	,8	1,5	1,4	,0	1,6	1,0	,8	3,1	,7	,0	,0	1,4	,0	4,6	,0	1,5	,4
	ATÉ MAIS 50%	1,0	1,6	,4	,9	,0	,0	2,0	,8	,6	1,3	1,5	,0	,5	,7	1,5	2,2	,7	1,3
	MAIS DE 50%	,8	,0	1,5	,9	,0	2,1	,0	,0	1,2	,7	,0	1,5	1,4	,7	,0	,0	1,1	,4
	OUTRA/DEPENDENTE	1,5	,4	2,6	1,6	1,2	1,6	1,0	2,4	,0	2,6	2,2	1,5	1,8	,7	1,5	2,2	2,2	,4
Total		517	244	273	427	81	188	203	126	163	152	135	67	221	142	65	89	273	238

Fonte: Autor

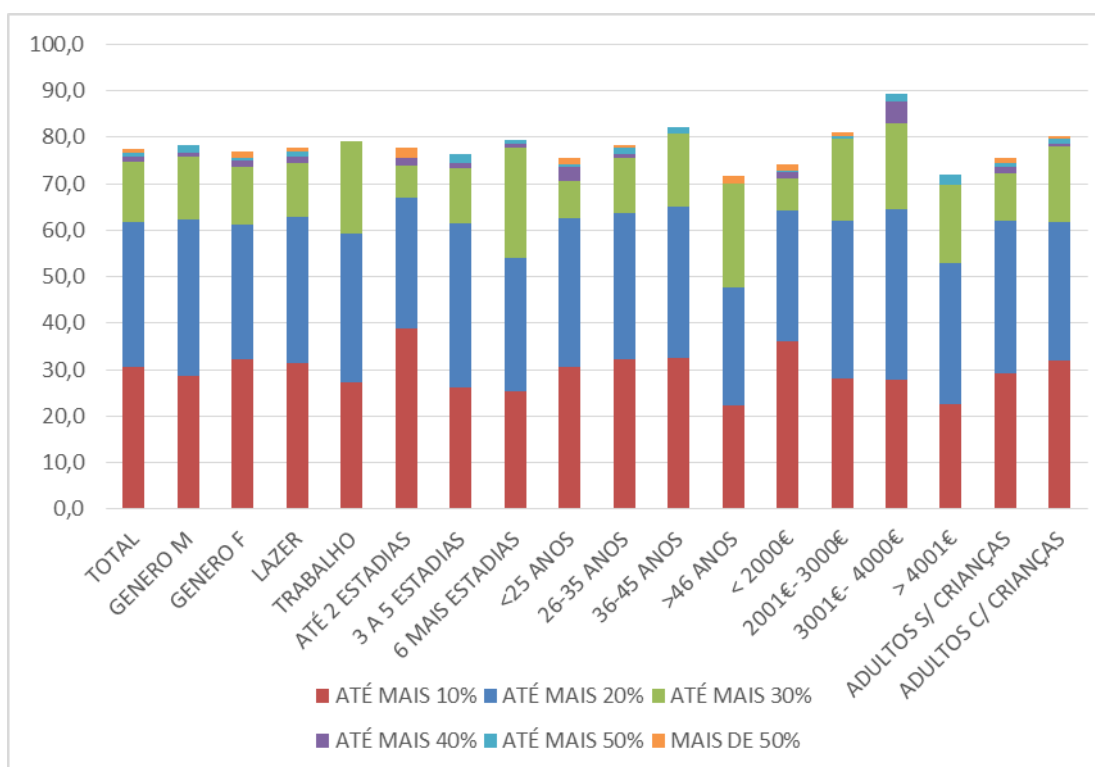
Numa análise mais detalhada por segmentos demográficos e socioculturais verificamos que a faixa etária dos 36-45 anos é a que tem mais inquiridos (82,2%) dispostos a pagar a mais para escolher um hotel com melhores comentários, apenas superados pelos inquiridos com rendimentos de 3 a 4.000€ mensais com 89,2%.

Entre géneros os homens estão ligeiramente mais dispostos a pagar a mais (78,3% vs. 76,9%) e valores percentuais mais elevados (49,6% vs. 44,7% para 20% ou mais de acréscimo no preço).

Curiosamente a faixa etária de mais de 46 anos e os rendimentos superiores a 4.000€ mensais são os que têm menor disposição para pagar acréscimos de preço neste cenário.

Os segmentos que têm mais inquiridos com disponibilidade para pagar um acréscimo de 30% ou mais são o segmento de viajantes em trabalho e consumidores com 6 ou mais estadias por ano, com 19,8% e 25,4% respetivamente.

Gráfico 15 Disponibilidade para pagar mais por um hotel com melhores comentários



Fonte: Autor

Capítulo IV

Conclusão e Reflexões Finais

Capítulo IV – Conclusão e Reflexões Finais

4.1. Conclusões do estudo

Para melhor apresentar as conclusões do presente estudo é importante relembrar a problemática de investigação e a pergunta de partida: “Qual a influência dos *guest reviews* no processo de decisão de compra de serviços hoteleiros?”

O presente estudo cumpriu um dos propósitos de contribuir para o conhecimento sobre o comportamento dos consumidores de serviços hoteleiros no que diz respeito à utilização dos *guest reviews* e a metodologia utilizada em especial o inquérito permitiu chegar a conclusões muito interessantes sobre as temáticas abordadas, suportando as hipóteses de partida apresentadas no início do trabalho.

Torna-se desde já claro com este estudo que o papel e importância dos comentários no sucesso de um hotel é preponderante e confirma a primeira hipótese de que parte desta investigação que os comentários *online* são cada vez mais importantes no processo de decisão de escolha de hotéis, confirmando vários autores apontados no enquadramento teórico que afirmam precisamente este fato (Mauri e Minazzi 2013; Ayeh, 2013; Sparks, 2013; Tham *et al.*, 2013; Xie, 2014; Chen e Peng, 2014; Law *et al.* 2014).

Em primeiro lugar porque nos fatores que influenciam a decisão sobre o hotel concluímos que os “*guest reviews*” aparecem como 2º fator mais importante numa lista de 11, com uma média de respostas de 4,04 numa escala de 1 a 5 o que suporta esta afirmação, apenas superado pelo fator “preços e promoções” com 4,21 e inclusivamente acima da “opinião de familiares e amigos” com 3,99 e bastante acima de fatores com a “marca” em 6º lugar com 3,39; “página do hotel em redes sociais” em 7º lugar com 2,90; “campanhas de publicidade” em 8º lugar com 2,46 e “programa de fidelização do hotel” em 9º lugar com 2,39.

Para os viajantes em Trabalho os “*guest reviews*” são o fator mais importante na decisão com 3,8 à frente da “opinião de familiares e amigos” com 3,64 e por outro lado este segmento dá um pouco mais importância ao fator “marca” com 3,63 e programas de fidelização com 2,56 comparando com clientes de lazer.

Um dado interessante para avaliar a importância dos *guest reviews* no processo de decisão é que 52% dos inquiridos consideram mais credíveis os *guest reviews online* de um hotel

do que a marca ou cadeia a que esse hotel pertence, 25,9% discordam e 22,1% não têm opinião. Este resultado permite concluir que as marcas por si só não são garantia de qualidade e satisfação sem a confirmação nos *guest reviews*.

Em segundo lugar, este estudo partiu do pressuposto de que os consumidores participam nos *websites* com comentários depois da estadia e outras conclusões do inquérito que suportam a importância desta hipótese é o facto de 87,2% dos inquiridos consultarem *websites* de comentários antes de efetuar reserva apesar de apenas 53,8% escreverem comentários nestes *websites* depois da estadia, o que apesar de tudo é significativo porque nas redes sociais de que se fala muito atualmente apenas 30,6% afirma partilhar opinião sobre hotéis. Um estudo semelhante (Tnooz, 2014) aponta para valores na ordem dos 80% de viajantes que verificam vários *reviews* antes de efetuar reserva e 53% não reservariam um hotel sem *reviews* de outros clientes.

Finalmente a terceira hipótese de partida era que vivemos numa Era onde as mudanças do comportamento de compra do consumidor obrigam a um ajuste das atividades dos gestores hoteleiros. Este estudo demonstra que estamos cada vez mais perante um consumidor informado sobre o nível de serviço dos hotéis e a verdadeira satisfação de outros consumidores pela análise de *websites* de *guest reviews* e *rankings* de satisfação dos hotéis, sendo um fator decisivo na decisão de escolha de uma unidade hoteleira, o que obriga a um maior rigor na gestão da reputação do hotel na internet e controlar a presença dos hotéis nestes sites. Esta necessidade de adaptação e pro-atividade dos hotéis é defendida também por autores mencionados no neste estudo (Mauri e Minazzi, 2013; Zhou *et al.*, 2014).

Uma das conclusões que suporta esta questão é o facto de 80,9% dos inquiridos em caso de dúvida entre hotéis com preço idêntico escolhem o que tem melhores comentários e 79,1% afirmam que não escolheriam um hotel com comentários maioritariamente negativos, ou seja, a questão da gestão da qualidade e gestão hoteleira focada na satisfação dos clientes é um fator crítico de sucesso para as unidades hoteleiras e a insatisfação do cliente traduzida em comentários depreciativos é muito penalizadora para os resultados (Mauri e Minazzi, 2013).

Ainda concluímos que 66,3% dos inquiridos preferem hotéis que respondem aos *guest reviews* na internet o que significa que os consumidores estão atentos também às

justificações e participação ativa dos hotéis nestes *websites* porque demonstra da parte do hotel preocupação com a opinião do mercado e pro-atividade na resolução de eventuais insatisfações, incoerências no nível de qualidade e tentativa de estar á altura das expetativas dos consumidores.

Concluímos ainda com este estudo que os canais de reserva mais utilizados são os *websites* de reservas (p.ex. booking) com 70% de inquiridos a utilizar sempre ou frequentemente, depois os motores de busca online (p.ex. trivago) e o Brandsite (website do hotel) com aproximadamente 47% dos inquiridos a utilizar sempre ou frequentemente. Por outro lado temos canais tradicionais como as agências de viagens via telefone ou ao balcão com 85% e 89% de respostas de “nunca” ou “raramente” utilizam este canal de reserva.

Sobre os *websites* de comentários mais utilizados pelos inquiridos concluímos que são basicamente dois, sendo líder a booking com 52,4% das preferências, seguido pela tripadvisor com 35,6%. As restantes opções tiveram um número residual de respostas sendo por isso *websites* menos prioritários para os hotéis controlarem e gerirem as opiniões de clientes.

Foi perguntado também no inquérito qual a frequência de utilização de diferentes dispositivos de acesso à internet e os resultados foram reveladores com 38,5% a utilizar “frequentemente” e 52,3% a utilizar “sempre” o portátil, depois o smartphone com 32,7% a utilizar “frequentemente” e 11,8% “sempre”, o tablet aparece como 3ª preferência com 27,8% “frequentemente” e 10,9% a utilizar “sempre”.

Os resultados e o sucesso de vendas num hotel tem a ver com o volume de procura mas também com o nível de preços que pratica. Este estudo conclui não apenas a influência dos *guest reviews* na escolha do hotel por parte dos consumidores mas também a relação entre estes e a sensibilidade ao fator preço e nesse sentido podemos ainda constatar que 77,6% dos inquiridos não escolheria um hotel com maus comentários mesmo que o preço fosse mais competitivo.

Confrontados com a eventual disponibilidade para pagar um valor mais elevado e garantir a escolha de um hotel com melhores comentários, ou seja, evitar a escolha de um hotel com comentários negativos e consequentemente tentar salvaguardar o nível de satisfação com a estadia, concluímos pelas respostas ao inquérito que 77,6% dos inquiridos estão

dispostos a pagar um acréscimo de 10%, no preço do hotel, 47% assumem estar dispostos a pagar até mais 20% e 15,9% iriam pelo menos até um acréscimo de 30% no preço. Estes resultados são esclarecedores em relação á importância de ter bons comentários e o potencial de rentabilidade que isso pode trazer aos hotéis pela via do preço de venda.

4.2. Limitações da Investigação

Algumas limitações da investigação prendem-se com o facto de não ter mais dados demográficos como o local de residência e alguns hábitos de consumo dos inquiridos, como a categoria de hotel mais utilizada e tipo de estadia (fins de semana, férias, destinos de proximidade ou outros, meios de transporte utilizados, etc).

Também ao nível da amostra em termos demográficos era importante ter mais inquiridos na faixa etária acima dos 46 anos e ainda maior número de consumidores de viagens em trabalho.

Sobre as viagens de negócios não é possível retirar conclusões muito fiáveis visto a amostra neste segmento ser de apenas 60 inquéritos. Outros tipo de viagens que seria interessante analisar são os eventos nos hotéis e as viagens em grupo, seja lazer ou em trabalho, nomeadamente ao nível do processo e fatores de decisão neste tipo de reservas em hotéis.

Ao nível do inquérito algumas perguntas poderiam ter mais opções de resposta, por exemplo nos canais de reserva falta mencionar as agências de viagens via *e-mail* pois é um canal bastante utilizado especialmente por clientes com motivação de trabalho.

Para a temática em estudo uma das limitações é não termos a análise do ponto de vista dos gestores hoteleiros e outros profissionais de turismo como agências de viagens. Esta informação poderia ser recolhida utilizando entrevistas, obtendo assim uma visão mais geral sobre este tema.

Também para obter mais conclusões sobre a postura e pro-atividade dos hotéis sobre a importância dos *guest reviews* seria interessante fazer um levantamento da proporção de hotéis que responde aos comentários de clientes na internet e de que forma respondem a vários tipos de comentários, sejam eles negativos, positivos ou neutros.

Para completar uma análise ao setor hoteleiro dentro desta temática era possível ainda fazer uma análise do desempenho comercial do hotel e procurar uma relação entre o nível de reputação do hotel via *guest reviews* e o seu desempenho em termos de ocupação e preços médios praticados, incluindo ainda uma variável respeitante ao tipo de gestão, classificando os hotéis como independentes ou de cadeia, identificando também a localização, segmentos de mercado e dimensão.

4.3. Linhas para Futuras Investigações

A realização deste estudo foi bastante trabalhosa mas ao mesmo tempo muito gratificante. Por um lado porque trata de uma temática atual e que é sempre alvo de muitas dúvidas e especulações sobre a interpretação do comportamento do consumidor hoteleiro e duvidas que só podem ser minimamente dissipadas recorrendo a metodologias de análise rigorosas. Por outro lado foi muito interessante pela primeira vez criar, implementar e interpretar um estudo por inquérito, com todos os desafios e ensinamentos que isso representa.

Será interessante em futuras investigações utilizar mais métodos de angariação de respostas ao inquérito por forma a atingir geograficamente um universo maior de consumidores, nomeadamente nos países emissores de turistas para Portugal.

Também para futuras investigações aprender com os erros e corrigir algumas limitações apontadas no ponto anterior.

Bibliografia

- Aaker, D. (2004). *Brand portfolio strategy*. NY, EUA: Free Press
- Abbruzzese, J., (2014). Ripping a business on Yelp? This Congressman has your back. *Mashable* em: <http://mashable.com/2014/09/16/bill-negative-online-review/>
- Alpert, M. (1971). Identification of Determinant Attributes: A comparison of methods. *Journal of Marketing Research*, 8, 184-91.
- Anderson, C. (2012). The Impact of Social Media on Lodging Performance. *Cornell Hospitality Report*, 12(15)
- Ayeh, J.; Au, N.; Law, R. (2013). Predicting the intention to use consumer-generated media for travel planning. *Tourism Management*, 35, 132-143
- Badawy, A. (2009). Technology Management Simply Defined: a Tweet Plus Two Characters”. *Journal of Engineering and Technology Management*, 26(4), pp. 219-224.
- Barsky, J., Nash L. (2009) Hotels Unsure About How to Respond to User Reviews”. *HotelWorldNetwork.com*.em:http://findarticles.com/p/articles/mi_m3072/is_10_224/ai_n42264371/
- Birkinshaw, J. (2009) Using Web 2.0 to Create Management 2.0. *Business Strategy Review Summer*, 20(2), pp. 21-23.
- Bonabeau, E. (2009). Decision 2.0: The Power of Collective Intelligence. *MIT Sloan Management Review*, 50(2), pp. 45-52.
- Booking.com (2015). Em <http://www.booking.com>
- Browning, V., So, K.K.F. & Sparks, B., (2013). The influence of online reviews on consumers’ attributions of service quality and control for service standards in hotels. *Journal of Travel Tourism Marketing* 30, 23–40.
- Burns, J. (2010). Invent the future: the newnormal hotels in 2010 and beyond. *Amadeus IT*
- Burns, Robert B. (2000). *Introduction to Research Methods*. London: Sage.

Calé, P. (2011). Tecnologias Conquistam Terreno na Indústria Hoteleira. *Semana Informática*. em: <http://www.semanainformatica.xl.pt/1009/est/100.shtml>

Carkeek, S. (2008). Personalisation And CRM Increasingly Important in a Web 2.0 Environment. *Hospitality Net*, <http://www.hospitalitynet.org>

Chaves, M., Trojahn, C. (2010). Towards a Multilingual Ontology for Ontology-driven Content Mining in Social Web Sites, *Proceedings of the ISWC 2010 Workshops, 1, 1st International Workshop on Cross-Cultural and Cross-Lingual Aspects of the Semantic Web*.

Chaves, M., Trojahn, C., Pedron, C. (2011). A Framework for Customer Knowledge Management Based on Social Semantic Web: A Hotel Sector Approach. Customer Relationship Management and the Social and Semantic web: Enabling Clients Conexus, Colomo-Palacios, Ricardo; Varajão, João and Soto-Acosta, Pedro (Eds.). Hershey, PA: IGI Global, p. 17.

Chekitan, D. (2002). Strategic Marketing and Brand Management for Hotels. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, n.d.

Chen, A., Peng, N. (2014). Examining Chinese consumers luxury hotel staying behavior *International Journal of Hospitality Management*, 39, pp. 53–56

Cheng, V.T.P., Loi, M.K. (2014). Handling negative online customer reviews: the effects of elaboration likelihood model and distributive justice. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31 (1), pp. 1–15

Colombo, S. (2005). *Marketing educacional em ação: Estratégias e Ferramentas*. Artmed editora.

Cox, C.; Burgess, S.; Sellitto, C.; Buultjens, J. (2009) The Role of User Generated Content in Tourists Travel Planning Behavior, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(8), pp. 743-764.

Danaher, P.J. e Matsson, J. (1994). Customer Satisfaction during the Service Delivery Process. *European Journal of Marketing*, 28, 5-16.

Davis, S. (2002). Brand Asset Management: how businesses can profit from the power of brand. *Journal of Consumer Marketing*, 19(4), pp.351 - 358

Dwivedi, M., Shibu, T., Vankatesh, U. (2007). Social Software Practices on the Internet. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(5), 415-426.

Glenn, V., Parasuraman, A. e Dhruv Grewal (1998). The Roles of Price, Performance, and Expectations in Determining Satisfaction in Service Exchanges. *Journal of Marketing*, 62, 46-61.

Grabner-Krauter, S. (2009). Web 2.0 Social Networks: The Role of Trust. *Journal of Business Ethics*, 90(4), pp. 505-522.

Greene, M. (1983). Hôtels 1990. Un Marketing Nouveau pour l'Hôtellerie. Bruxelles: hopital universitaire saint-pierre.

Grégoire, Y., Salle, A., Tripp, T. (2015). Managing social media crises with your customers: the good, the bad, and the ugly. *Business Horiz.* 58(2), pp. 173–182.

Grossman, D. (2007). Travel 2.0: Social Networking Takes a Useful Turn. *USA Today* em: http://www.usatoday.com/travel/columnist/grossman/2007-01-26-grossman_x.htm

Hayes, J.E. (2015). Measuring sensory perception in relation to consumer behavior. *Rapid Sensory Profiling Techniques*, 53-69.

Hearn, G., Foth, M., Gray, H. (2009). Applications and Implementations of New Media in Corporate Communications. *Corporate Communications: An international journal*, 4(1), pp. 49-61.

Helge, K.; McKinnon, L. (2013). Web 2.0 tools: benefits, detriments, and usage for effective pedagogy. *The Teaching Librarian*, 1-39

Ikeda, A. e Veludo, T. (2005). Laddering in the practice of marketing research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9(3) pp. 297-306.

Instituto Nacional de Estatística (2014). *Estatísticas do Turismo 2013*. Em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOE_Spub_boui=210766790&PUBLICACOESmodo=2

- Keller, K., Kotler, P. (2006). *Administração de Marketing*. EUA: Pearson Prentice Hall
- Knutson, J. Bonnie, Jeffrey, A. Beck, Seunghyun Kim e Jaemin Cha (2009). Identify the Dimensions of the Guest's Hotel Experience. *Cornell Hospitality Quarterly*, 50, 44-55.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2013). *Marketing for Hospitality and Tourism*, Sixteenth Edition. EUA: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. e Armstrong, G. (2002). *Principles of Marketing, Thirteenth Edition*. New Jersey: Global Edition.
- Kovacs, J. (2008). Travel Websites Usher in New Era of Guest Reviews. *HotelMotel.com*, p.29.
- Lau, Mey Pei, Abdolali Khatibi e Fie Yong Gunn David (2005). Service Quality: A Study of the Luxury Hotels in Malaysia. *Journal of American Academy of Business*, 7, 46-55.
- Law, R., Buhalis, D., Cobanoglu, C., (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 26 (5), 6.
- Levy, M. (2009). Web 2.0 Implications on Knowledge Management. *Journal of Knowledge Management*, 13(1), pp. 120-134.
- Lewis, A. (2010). Facebook and Twitter: Socially Network Yourself to Success. *Training & Development in Australia*, pp. 9-11.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., Rodrigues, J. (2004). *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Gestão e Inovação: Ciências de Gestão.
- Mauri, A., Minazzi, R. (2013). Web reviews influence on expectations and purchasing intentions of hotel potential customers. *International Journal of Hospitality Management*, 34, pp. 99–107
- Mazurek, G. (2009). Web 2.0 Implications on Marketing. *Organizaciju Vadyba*, p. 69.
- Mohsin, A.; Lengler, J. (2015). Service experience through the eyes of budget hotel guests: Do factors of importance influence performance dimensions? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 23, 23-34.

- Molina-Azorín, J.; Tari, J.; Moliner, J.; Gamero, M.; Ortega, E. (2015). The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry. *Tourism Management*, 50, 41-54.
- Monteiro, B. (2010). *Marketing Manual: Focus on Customer Relationship Management, with Other Marketing Aspects*. Bibliobazaar. South Carolina.
- Moreira, C. (2007). *Teoria e Práticas de Investigação*. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Munich Personal RePEc Archive*.
- Oliveira, P. (2011). Qualidade de Serviço, Satisfação e Comportamento do Cliente de Hotéis de Luxo. Tese Mestrado em Marketing. ISEG
- Oliver, R. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Olorunniwo, F., Maxwell, K. Hsu e Udo G. (2006). Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in the Service Factory. *Journal of Services Marketing*, 20, 59-72.
- Orsingher, C. e Marzocchi, L.G. (2003). Hierarchical Representation of Satisfactory Consumer Service Experience. *International Journal of Service Industry Management*, 14, 200-216.
- Parker, C. e Matthews, B. P. (2001). Customer Satisfaction: Contrasting Academic and Consumer's Interpretations. *Marketing Intelligence & Planning*, 9, 38-44.
- Rathmell, J. (1966). What is meant by services? In *Journal of Marketing*, 20, pp.32-36
- Ricca, F., Chao, L. (2009). Special Section on Web Systems Evolution. *International Journal on Software Tools for Technology*, 11(6), pp. 419-425.
- Rosa, S. (2011). Sector Hoteleiro: A Tomada de Decisão Baseada na Web 2.0. Tese de Mestrado em Ciências Sociais ISEG
- Saleh, F. e Ryan, C. (1991). Analyzing Service Quality in the Hospitality Industry using the SERVQUAL Model. *The Service Industries Journal*, 11, 324-43.

- Sebastião, S. (2009). *Comunicação Estratégica: As relações públicas*. (ISCSP)
- Serra, A. Cantallops, F. Salvi (2014). New consumer behavior: a review of research on eWOM and hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 36, pp. 41–51
- Solomon, M.R. (2002). *Comportamento do Consumidor*. São Paulo: Bookman.
- Sparks, B.; Perkins, H.; Buckley, R. (2013). Online travel reviews as persuasive communication: The effects of content type, source, and certification logos on consumer behavior. *Tourism Management*, 39, 1-9.
- Tham, A., Croy, G., Mair, J., (2013). Social media in destination choice: distinctive electronic word-of-mouth dimensions. *Journal of Travel Tourism Marketing*, 30 (1/2) pp. 144–155.
- Tnooz, (2014). Vast Majority of TripAdvisor Users Read at least 6–12 Reviews Before Choosing Hotel. em <http://www.tnooz.com/article/tripadvisor-online-review-insights-phocuswright-study/>
- TripAdvisor (2013). Fact sheet. http://www.TripAdvisor.com/PressCenter-c4-Fact_Sheet.html.
- TripAdvisor.com (2015). Em <http://www.tripadvisor.com>
- Wu, M.Y., Wall, G., Pearce, P.L. (2014). Shopping experiences: international tourists in Beijing's Silk market. *Tourism Management*, 41, 96–106
- Xie, K.; Zhang, Z. (2014). The business value of online consumer reviews and management response to hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 1-12
- Xu, Q. (2014). Should I trust him? The effects of reviewer profile characteristics on eWOM credibility. *Computers in Human Behavior*, 33, pp. 136–144
- Ye, Q., Law, R., Gu, B. (2009). The Impact of Online User Reviews on Hotel Room Sales. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), pp. 180-182.
- Zeithaml, Berry e Parasuraman (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.

Zeithmal, V. A. (2000). Service Quality, profitability and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, 67-85.

Zhou, L., Ye, S., Pearce, P.L., Wu, M.Y., (2014). Refreshing hotel satisfaction studies by reconfiguring customer review data. *International Journal of Hospitality Management*, 38, 1–10.

Anexo 1 – Questionário Teste

Questionário

Este inquérito é parte integrante de uma investigação realizada no âmbito de uma dissertação de mestrado em Turismo, especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos, sobre o tema *A Importância dos Comentários Online no processo de Decisão de Reserva de Hotéis*. Estamos a recolher informação junto de consumidores Portugueses, tentando perceber qual o nível de utilização e importância atribuída aos “guest reviews” (comentários de clientes) na escolha de Hotéis. Nesse sentido e caso seja utilizador de internet agradecemos que disponibilize apenas 2 minutos para responder ao presente inquérito totalmente confidencial. Não existem respostas certas ou erradas relativamente a qualquer item, pretendendo-se apenas a sua opinião pessoal e sincera. Obrigado pela participação.

Hábitos de consumo de serviços Hoteleiros

1. Qual o numero de estadias em Hotéis ou similares (média últimos 3 anos)

- 0 a 2 estadia por ano
- 3 a 5 estadias por ano
- 6 a 9 estadias por ano
- 10 ou mais estadias por ano

2. Qual a principal motivação das estadias

- Lazer
- Negocios
- Ambas
- Outra _____

3. Qual a principal forma de reserva (selecione apenas 1)

- Telefone do Hotel
- E-mail do Hotel
- WebSite do Hotel
- Aplicação de reservas do Hotel
- Balcão de Agencia de Viagens (ex. Abreu, Bestravel)
- WebSite de Agencia *Online* (ex. Booking, Expedia, Edreams)
- Outro _____

Processo de decisão no consumo de serviços Hoteleiros

4. Relativamente ao seu processo de decisão para unidades hoteleiras sem experimentação prévia (primeira estadia), qual a importância dos seguintes fatores? (1- menos importante, 10 mais importante)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Opinião pessoal de Família e Amigos										
Pagina Hotel nas Redes Sociais (<i>Facebook</i>)										

[illegible]

Utilização de WebSites com comentários de outros clientes

5. Assinale no quadrado a opção que mais se aproxima da sua opinião, numa escala de 1 (Discordo Totalmente) a 5 (Concordo Totalmente).

	Discordo Totalmente	Discordo em Parte	Nem Concordo Nem Discordo	Concordo em Parte	Concordo Totalmente
O meu processo de decisão e compra de serviços turísticos é sempre na internet.					
Consulto WebSites com comentários de outros clientes antes de efetuar reserva.					
Consulto 2 ou mais sites de comentários de outros clientes antes de efetuar reserva.					
Apenas verifico o ranking dos hotéis nos sites de comentários.					
Leio pelo menos 6 comentários de clientes					
Escrevo em sites de comentários apenas quando tenho críticas					
Escrevo em sites de comentários depois da estadia quando tenho elogios					
Partilho a opinião sobre hotéis nas redes sociais					
Considero credíveis os comentários de outros clientes.					
Em hotéis idênticos em características e preço opto pelo que tem melhores comentários					
Em hotéis idênticos em caractristicas prefiro pagar um pouco mais para reservar um hotel com melhores comentários					
Nunca escolheria um hotel com comentários negativos					
Desconfio de um hotel que não tenha comentários de clientes					

Escolheria um hotel com maus comentários desde que o preço fosse mais baixo do que outras opções					
Os comentários de clientes são mais credíveis do que as informações nos sites dos hotéis					
Os comentários de clientes são mais credíveis do que o prestígio das marcas hoteleiras					
Prefiro hotéis que respondem aos comentários dos clientes					

6. Que WebSites utiliza para pesquisar comentários de clientes e ranking de hotéis? Coloque por ordem de preferência sendo 1 o mais importante

- TripAdvisor
- Booking
- Expedia
- Agoda
- Priceline
- Trivago
- Outro _____

7. Responda apenas se conhecer o site Booking.com: Perante um cenário de escolha de um hotel sem ter experiência de estadias anteriores, depara-se com 4 hotéis viáveis para a sua estadia em termos de categoria e orçamento disponível:

O Hotel A pertence a uma prestigiada marca internacional, com um preço de 130€ e uma pontuação de 7.0

O Hotel B pertence a uma prestigiada marca internacional, com um preço de 140€ e uma pontuação de 8.2

O Hotel C é um hotel independente sem uma marca reconhecida, com um preço de 120€ e uma pontuação de 7.5

O Hotel D é um hotel independente sem uma marca reconhecida, com um preço de 150€ e uma pontuação de 9.8

Qual o Hotel com maior probabilidade de ser a sua escolha (coloque por ordem de 1 a 4 sendo 1 o mais preferido):

- Hotel A
- Hotel B
- Hotel C
- Hotel D

Dados Demográficos

8. Idade

- < 20
- 21 a 30
- 31 a 40
- 41 a 50
- 51 a 60
- > 61

9. Género

- Masculino
- Feminino

10. Qual o seu nível de escolaridade?

- Ensino Básico completo

- Ensino Secundário completo
- Ensino Superior – Bacharelato/Licenciatura completo
- Ensino Superior – Mestrado completo
- Ensino Superior – Doutoramento completo

11. Qual o rendimento médio mensal líquido do seu agregado familiar?

- Igual ou inferior a 2000€
- Entre 2001€ a 3000€
- Entre 3001€ a 4000€
- Entre 4001€ a 5000€
- Entre 5001€ a 6000€
- Mais de 6001€

OBRIGADO!

Anexo 2 – Questionário Final



Os Comentários On-line no processo de Decisão na Escolha de Hotéis

Este inquérito é parte integrante de uma investigação realizada no âmbito de uma tese de mestrado em Turismo, especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos. Estamos a recolher informação junto de consumidores Portugueses, tentando perceber qual o nível de utilização e importância atribuída aos “guest reviews” (comentários de clientes) na escolha de Hotéis na internet. Nesse sentido e caso seja utilizador de internet agradecemos que disponibilize menos de 5 minutos para responder ao presente inquérito totalmente confidencial. Não existem respostas certas ou erradas relativamente a qualquer item, pretendendo-se apenas a sua opinião pessoal e sincera. Obrigado pela participação!

***Obrigatório**

1. Em média, qual o número de estadias em Hotéis ou similares que realiza por ano? (média últimos 3 anos) *

- ☐ até 2 estadias
- ☐ 3 a 5 estadias
- ☐ 6 a 10 estadias
- ☐ 11 ou mais estadias

2. Qual o principal motivo das estadias que realiza? *

- ☐ Lazer
- ☐ Trabalho
- ☐ Outro:

3. Pensando no principal motivo das suas estadias, qual a frequência com que utiliza as seguintes formas de reserva? *

	Nunca	Raro	Algumas Vezes	Frequente	Sempre
Hotel - Balcão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hotel - Telefone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hotel - Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hotel - Email	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia - Balcão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia - Telefone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agencia - Website	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Motores de Busca on-line (ex. Trivago)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Website reservas (ex. booking)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3B. Qual a frequência com que utiliza os seguintes dispositivos para consulta de informações sobre Hotéis

	Nunca	Raro	Algumas Vezez	Frequente	Sempre
Computador portátil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tablet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Smartphone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Televisão Interativa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Qual a importância dos seguintes fatores na escolha de um Hotel para primeira estadia? *

Considere a situação de escolha de hotéis sem experimentação prévia (primeira estadia), sendo 1 menos importante e 5 mais importante

	1	2	3	4	5
Opinião pessoal de Família e Amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pagina Hotel nas Redes Sociais (Facebook)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comentários On-line de outros clientes (Tripadvisor, Booking)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ranking do Hotel em sites de comentários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WebSite do Hotel, imagens e descrições	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preços e Promoções	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Programa de Fidelização do Hotel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videos do Hotel na internet (Youtube)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sugestão de Agencia de Viagens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Campanhas Publicitárias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A cadeia/marca a que o Hotel pertence	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Assinale a opção que mais se aproxima da sua opinião. *

	Sim	Não	Sem opinião
Consulto WebSites com comentários de outros clientes antes de efetuar reserva.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partilho a opinião sobre hotéis nas redes sociais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considero credíveis os comentários de outros clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os comentários de clientes são mais credíveis do que as cadeias/marcas hoteleiras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em hotéis idênticos com o mesmo preço opto pelo que tem melhores comentários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escrevo em sites de comentários depois da estadia quando tenho elogios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prefiro pagar um pouco mais para reservar um hotel com melhores comentários	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Não escolho hotéis com comentários maioritariamente negativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desconfio de um hotel que não tenha comentários de clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escolheria um hotel com maus comentários desde que o preço fosse mais baixo do que outras opções	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Que WebSite utiliza mais frequentemente para pesquisar comentários de hotéis?

- ☐ Tripadvisor
- ☐ Booking
- ☐ Expedia
- ☐ Agoda
- ☐ Trivago
- ☐ Edreams
- ☐ Venere
- ☐ Rumbo
- ☐ Nenhum
- ☐ Outro:

7. Num cenário de escolha entre dois hotéis disponíveis com características idênticas mas um deles com comentários negativos, quanto estaria disposto a pagar a mais pelo hotel com melhores comentários? *

- ☐ não vejo os comentários dos hoteis
- ☐ não estaria disposto a pagar mais
- ☐ até mais 10%
- ☐ até mais 20%
- ☐ até mais 30%
- ☐ até mais 40%
- ☐ até mais 50%
- ☐ mais de 50%
- ☐ Outro:

Dados Demográficos

As respostas a esta secção são importantes pois permitem analisar as características do universo de inquiridos

8. Idade *

- ☐ < 25
- ☐ entre 26 e 35
- ☐ entre 36 e 45
- ☐ entre 46 e 55
- ☐ entre 56 e 65
- ☐ > 65

9. Género *

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

10. Nível de Escolaridade *

- ☐ Ensino Básico
- ☐ Ensino Secundário
- ☐ Licenciatura
- ☐ Pós-Graduação
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutoramento

11. Rendimento Líquido Mensal do Agregado Familiar *

- ☐ < 2000€
- ☐ 2001€ a 3000€
- ☐ 3001€ a 4000€
- ☐ 4001€ a 5000€
- ☐ 5001€ a 6000€
- ☐ > 6000€

12. Composição do Agregado Familiar

- ☐ 1 Adulto sem crianças
- ☐ 1 Adulto com crianças
- ☐ 2 Adultos sem crianças
- ☐ 2 Adultos com crianças

☐ Outro:

Enviar

100% concluído.

Nunca envie senhas em Formulários Google.

Powered by
 Google Forms

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.
[Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Termos Adicionais](#)

Anexo 3 – Quadro Dimensões e Variáveis

Dimensão	Variáveis	Indicadores
Comportamental	Caracterização do consumo	<u>Caracterização do consumo</u> Numero estadias unidades hoteleiras (P1) Motivação estadia (P2) Forma de reserva (P3) Dispositivos utilizados (P3B)
	Processo de Decisão e Compra	<u>Processo de Decisão e Compra</u> Factores que influenciam o Consumidor na escolha de uma unidade hoteleira (P4)
	Papel dos Websites de Comentários	<u>Papel dos Websites de comentários</u> Utilização de Websites de comentários (P5) Preferência de Websites de comentários (P6)
	Sensibilidade ao preço Vs comentários	<u>Sensibilidade ao preço Vs comentários</u> Medir a predisposição e valor a pagar a mais por um hotel com melhores comentários (P7)
Demográfica	Matriz Demográfica	<u>Matriz Demográfica</u> Idade (P8) Género (P9) Agregado Familiar (P12)
Sociocultural	Estratificação Social	<u>Estratificação Social</u> Nível Económico-financeiro (P10)
	Capital Cultural	<u>Capital Cultural</u> Nível de Formação Académica (P11)

Anexo 4 – Relatórios do inquérito realizado

ID	DATA	EM MÉDIA, QUAL O NÚMERO DE ESTADIAS EM HOTÉIS OU SIMILARES QUE REALIZA POR ANO?	QUAL O PRINCIPAL MOTIVO DAS ESTADIAS QUE REALIZA?	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - HOTEL - BALCÃO	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - HOTEL - TELEFONE	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - HOTEL - BALCÃO	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - HOTEL - EMAIL	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - AGENCIA - BALCÃO	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - AGENCIA - TELEFONE	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - AGENCIA - WEBSITE	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - MOTORES DE BUSCA ON- LINE	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - WEBSITE RESERVAS	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - COMPUTADO R PORTÁTIL	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - TABLET
		P1	P2	P3A_1	P3A_2	P3A_3	P3A_4	P3A_5	P3A_6	P3A_7	P3A_8	P3A_9	P3B_1	P3B_2
		P1	P2	P3A_1	P3A_2	P3A_3	P3A_4	P3A_5	P3A_6	P3A_7	P3A_8	P3A_9	P3B_1	P3B_2
ID_001	11-3-15 1:49 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_002	11-3-15 2:00 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZE
ID_003	11-3-15 2:07 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO
ID_004	11-3-15 2:16 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_005	11-3-15 2:24 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_006	11-3-15 2:25 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_007	11-3-15 2:30 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_008	11-3-15 2:33 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_009	11-3-15 2:41 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_010	11-3-15 2:55 PM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_011	11-3-15 3:00 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_012	11-3-15 3:04 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	SEMPRE
ID_013	11-3-15 3:06 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_014	11-3-15 3:06 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_015	11-3-15 3:07 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE
ID_016	11-3-15 3:12 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_017	11-3-15 3:36 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	
ID_018	11-3-15 3:37 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	FREQUENTE	NUNCA
ID_019	11-3-15 3:46 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_020	11-3-15 3:49 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_021	11-3-15 3:51 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	RARO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_022	11-3-15 4:01 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_023	11-3-15 4:23 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO
ID_024	11-3-15 4:48 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZE
ID_025	11-3-15 4:54 PM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_026	11-3-15 4:59 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_027	11-3-15 5:15 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_028	11-3-15 5:36 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_029	11-3-15 5:58 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_030	11-3-15 6:03 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_031	11-3-15 6:16 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_032	11-3-15 6:39 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	FREQUENTE	NUNCA
ID_033	11-3-15 6:52 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO
ID_034	11-3-15 6:59 PM	3 A 5 ESTADIAS	OUTRA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	SEMPRE	NUNCA
ID_035	11-3-15 7:40 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE

ID_036	11-3-15 7:45 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO
ID_037	11-3-15 7:52 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA	
ID_038	11-3-15 8:02 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	SEMPRE
ID_039	11-3-15 8:32 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_040	11-3-15 9:07 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_041	11-3-15 9:10 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA
ID_042	11-3-15 9:25 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_043	11-3-15 9:30 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_044	11-3-15 9:40 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE
ID_045	11-3-15 9:41 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_046	11-3-15 9:46 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_047	11-3-15 10:09 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO
ID_048	11-3-15 10:14 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	
ID_049	11-3-15 10:24 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_050	11-3-15 10:27 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_051	11-3-15 10:31 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	FREQUENTE	RARO
ID_052	11-3-15 10:32 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO
ID_053	11-3-15 10:37 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_054	11-3-15 10:38 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_055	11-3-15 10:38 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_056	11-3-15 10:40 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_057	11-3-15 10:42 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	
ID_058	11-3-15 10:43 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_059	11-3-15 10:47 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	SEMPRE	NUNCA
ID_060	11-3-15 10:49 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO
ID_061	11-3-15 10:55 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_062	11-3-15 11:14 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_063	11-3-15 11:16 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_064	11-3-15 11:35 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_065	11-3-15 11:39 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO
ID_066	12-3-15 12:00 AM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_067	12-3-15 12:14 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_068	12-3-15 12:14 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_069	12-3-15 1:04 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA
ID_070	12-3-15 1:06 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_071	12-3-15 1:09 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_072	12-3-15 1:09 AM	3 A 5 ESTADIAS	OUTRA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	
ID_073	12-3-15 1:14 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE
ID_074	12-3-15 1:32 AM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO
ID_075	12-3-15 2:16 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_076	12-3-15 3:17 AM	11 OU MAIS ESTADI	OUTRA	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_077	12-3-15 5:41 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZE
ID_078	12-3-15 7:08 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE
ID_079	12-3-15 7:26 AM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_080	12-3-15 7:43 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	RARO	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_081	12-3-15 8:12 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	
ID_082	12-3-15 8:24 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE

ID_083	12-3-15 8:31 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_084	12-3-15 8:40 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_085	12-3-15 8:47 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_086	12-3-15 8:54 AM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE
ID_087	12-3-15 9:00 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_088	12-3-15 9:03 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE
ID_089	12-3-15 9:06 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_090	12-3-15 9:11 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_091	12-3-15 9:18 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_092	12-3-15 9:25 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_093	12-3-15 9:28 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_094	12-3-15 9:32 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_095	12-3-15 9:32 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_096	12-3-15 9:40 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_097	12-3-15 9:47 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_098	12-3-15 9:49 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_099	12-3-15 9:56 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_100	12-3-15 9:57 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_101	12-3-15 9:58 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_102	12-3-15 9:58 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_103	12-3-15 10:02 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE
ID_104	12-3-15 10:05 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_105	12-3-15 10:05 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_106	12-3-15 10:08 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_107	12-3-15 10:10 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_108	12-3-15 10:19 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_109	12-3-15 10:19 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_110	12-3-15 10:22 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_111	12-3-15 10:22 AM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_112	12-3-15 10:25 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_113	12-3-15 10:25 AM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_114	12-3-15 10:32 AM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_115	12-3-15 10:43 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	FREQUENTE	NUNCA
ID_116	12-3-15 10:57 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO
ID_117	12-3-15 11:38 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_118	12-3-15 11:45 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_119	12-3-15 11:55 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO
ID_120	12-3-15 11:56 AM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_121	12-3-15 12:00 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	SEMPRE	NUNCA
ID_122	12-3-15 12:09 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_123	12-3-15 12:13 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_124	12-3-15 12:19 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_125	12-3-15 12:19 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_126	12-3-15 12:23 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_127	12-3-15 12:35 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA
ID_128	12-3-15 12:49 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_129	12-3-15 12:58 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE

ID_130	12-3-15 1:12 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_131	12-3-15 1:13 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_132	12-3-15 1:17 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_133	12-3-15 2:22 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO
ID_134	12-3-15 2:24 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_135	12-3-15 2:37 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	RARO
ID_136	12-3-15 3:03 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_137	12-3-15 3:07 PM	3 A 5 ESTADIAS	OUTRA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE
ID_138	12-3-15 3:17 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_139	12-3-15 3:32 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_140	12-3-15 3:38 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_141	12-3-15 3:49 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	RARO	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_142	12-3-15 3:55 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_143	12-3-15 4:08 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA
ID_144	12-3-15 4:14 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_145	12-3-15 4:25 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_146	12-3-15 4:48 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_147	12-3-15 4:53 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	
ID_148	12-3-15 5:46 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO
ID_149	12-3-15 5:56 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_150	12-3-15 6:26 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_151	12-3-15 6:51 PM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_152	12-3-15 6:52 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_153	12-3-15 6:52 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_154	12-3-15 7:02 PM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_155	12-3-15 7:04 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_156	12-3-15 7:19 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA
ID_157	12-3-15 7:24 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_158	12-3-15 7:49 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_159	12-3-15 7:56 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	
ID_160	12-3-15 8:20 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_161	12-3-15 8:37 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_162	12-3-15 9:04 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO
ID_163	12-3-15 9:57 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_164	12-3-15 9:57 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_165	12-3-15 10:00 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_166	13-3-15 3:16 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_167	13-3-15 8:32 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_168	13-3-15 9:05 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO
ID_169	13-3-15 10:05 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_170	13-3-15 10:52 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_171	13-3-15 10:56 AM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA
ID_172	13-3-15 12:32 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_173	13-3-15 1:11 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	
ID_174	13-3-15 1:30 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_175	13-3-15 1:58 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_176	13-3-15 2:13 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO

ID_177	13-3-15 2:31 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_178	13-3-15 2:45 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_179	13-3-15 2:59 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_180	13-3-15 4:03 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_181	13-3-15 4:17 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_182	13-3-15 4:48 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZE
ID_183	13-3-15 5:57 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_184	13-3-15 6:13 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_185	13-3-15 6:14 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_186	13-3-15 6:19 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_187	13-3-15 6:19 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_188	13-3-15 6:36 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	SEMPRE	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_189	13-3-15 6:39 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_190	13-3-15 6:46 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZE
ID_191	13-3-15 6:53 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_192	13-3-15 7:17 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZE
ID_193	13-3-15 7:18 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_194	13-3-15 7:31 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE
ID_195	13-3-15 7:37 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_196	13-3-15 7:38 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_197	13-3-15 8:15 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	RARO	SEMPRE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_198	13-3-15 8:16 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_199	13-3-15 8:25 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_200	13-3-15 8:36 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_201	13-3-15 8:39 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_202	13-3-15 8:52 PM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_203	13-3-15 10:49 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	SEMPRE	NUNCA
ID_204	13-3-15 11:00 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_205	14-3-15 12:24 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE
ID_206	14-3-15 12:30 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_207	14-3-15 1:06 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_208	14-3-15 2:54 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	RARO
ID_209	14-3-15 10:22 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_210	14-3-15 11:15 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_211	14-3-15 11:21 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE
ID_212	14-3-15 11:33 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_213	14-3-15 11:52 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_214	14-3-15 12:49 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_215	14-3-15 3:04 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	SEMPRE	SEMPRE
ID_216	14-3-15 3:43 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_217	14-3-15 3:58 PM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_218	14-3-15 4:00 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	
ID_219	14-3-15 5:15 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	
ID_220	14-3-15 6:56 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	RARO
ID_221	14-3-15 7:22 PM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO
ID_222	14-3-15 7:48 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA
ID_223	14-3-15 10:42 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	RARO	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO

ID_224	14-3-15 11:01 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_225	14-3-15 11:24 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_226	15-3-15 9:24 AM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE
ID_227	15-3-15 10:19 AM 6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_228	15-3-15 12:20 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE
ID_229	15-3-15 1:37 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_230	15-3-15 4:48 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA
ID_231	15-3-15 5:07 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_232	15-3-15 5:39 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_233	15-3-15 7:38 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_234	15-3-15 8:00 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	
ID_235	15-3-15 8:04 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_236	15-3-15 8:15 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE
ID_237	15-3-15 8:15 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE
ID_238	15-3-15 8:37 PM 11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	RARO	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	RARO	RARO	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_239	15-3-15 8:54 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_240	15-3-15 9:08 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_241	15-3-15 9:24 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE
ID_242	15-3-15 9:41 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE
ID_243	15-3-15 10:30 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA
ID_244	15-3-15 10:56 PM 11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZE
ID_245	15-3-15 10:57 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_246	16-3-15 8:47 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_247	16-3-15 9:40 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA
ID_248	16-3-15 10:10 AM 6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	RARO
ID_249	16-3-15 10:11 AM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE
ID_250	16-3-15 10:30 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_251	16-3-15 11:11 AM 11 OU MAIS ESTADI	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_252	16-3-15 11:58 AM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_253	16-3-15 11:59 AM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_254	16-3-15 12:01 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	
ID_255	16-3-15 12:14 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA		
ID_256	16-3-15 12:17 PM 6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	SEMPRE	NUNCA
ID_257	16-3-15 12:49 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_258	16-3-15 1:16 PM 3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_259	16-3-15 2:49 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	SEMPRE
ID_260	16-3-15 3:00 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_261	16-3-15 4:30 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_262	16-3-15 4:45 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_263	16-3-15 5:30 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_264	16-3-15 7:06 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	SEMPRE	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_265	16-3-15 7:32 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_266	16-3-15 8:57 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_267	17-3-15 12:17 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_268	17-3-15 9:27 AM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA
ID_269	17-3-15 10:11 AM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	RARO	SEMPRE
ID_270	17-3-15 11:12 AM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA

ID_271	17-3-15 3:10 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_272	17-3-15 6:40 PM ATÉ 2 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_273	17-3-15 6:47 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_274	17-3-15 8:05 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_275	17-3-15 8:06 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_276	17-3-15 8:06 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	FREQUENTE	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_277	17-3-15 8:07 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_278	17-3-15 8:07 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	SEMPRE
ID_279	17-3-15 8:08 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	SEMPRE
ID_280	17-3-15 8:08 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_281	17-3-15 8:09 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA
ID_282	17-3-15 8:12 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	RARO
ID_283	17-3-15 8:14 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA
ID_284	17-3-15 8:14 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_285	17-3-15 8:16 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	SEMPRE	SEMPRE
ID_286	17-3-15 8:19 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_287	17-3-15 8:24 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_288	17-3-15 8:27 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA
ID_289	17-3-15 8:32 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_290	17-3-15 8:41 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_291	17-3-15 8:41 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_292	17-3-15 8:43 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA
ID_293	17-3-15 8:46 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_294	17-3-15 8:51 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_295	17-3-15 8:52 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO
ID_296	17-3-15 8:54 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA
ID_297	17-3-15 8:58 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA
ID_298	17-3-15 9:04 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO
ID_299	17-3-15 9:28 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_300	17-3-15 9:39 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_301	17-3-15 9:48 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_302	17-3-15 9:51 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_303	17-3-15 9:59 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	NUNCA	RARO	RARO	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA
ID_304	17-3-15 10:08 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	RARO	NUNCA	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_305	17-3-15 10:08 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_306	17-3-15 10:13 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE
ID_307	17-3-15 10:23 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	RARO
ID_308	17-3-15 10:31 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_309	17-3-15 10:40 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE
ID_310	17-3-15 10:48 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_311	17-3-15 10:50 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_312	17-3-15 10:50 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	RARO	RARO	RARO	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_313	17-3-15 10:53 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_314	17-3-15 10:57 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_315	17-3-15 10:59 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_316	17-3-15 11:10 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_317	17-3-15 11:23 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE

ID_318	17-3-15 11:27 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_319	17-3-15 11:29 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_320	17-3-15 11:43 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_321	17-3-15 11:49 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_322	17-3-15 11:57 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_323	18-3-15 12:04 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE
ID_324	18-3-15 12:05 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_325	18-3-15 12:23 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_326	18-3-15 12:25 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_327	18-3-15 12:27 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA
ID_328	18-3-15 12:31 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_329	18-3-15 12:38 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_330	18-3-15 12:46 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_331	18-3-15 12:47 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA
ID_332	18-3-15 1:22 AM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_333	18-3-15 1:26 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_334	18-3-15 1:27 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	FREQUENTE	RARO
ID_335	18-3-15 2:15 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_336	18-3-15 7:11 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_337	18-3-15 7:22 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_338	18-3-15 8:52 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	SEMPRE
ID_339	18-3-15 9:19 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_340	18-3-15 9:25 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_341	18-3-15 9:28 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_342	18-3-15 9:31 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_343	18-3-15 9:43 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_344	18-3-15 9:43 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_345	18-3-15 9:49 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_346	18-3-15 9:50 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_347	18-3-15 9:52 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_348	18-3-15 9:58 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_349	18-3-15 10:22 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO
ID_350	18-3-15 10:34 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_351	18-3-15 10:36 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_352	18-3-15 10:39 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_353	18-3-15 10:50 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_354	18-3-15 10:50 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE
ID_355	18-3-15 11:12 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_356	18-3-15 11:17 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	
ID_357	18-3-15 11:29 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_358	18-3-15 11:32 AM	3 A 5 ESTADIAS	OUTRA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_359	18-3-15 11:34 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_360	18-3-15 11:35 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_361	18-3-15 11:45 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_362	18-3-15 11:49 AM	11 OU MAIS ESTADI	OUTRA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE
ID_363	18-3-15 12:03 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_364	18-3-15 12:07 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE

ID_365	18-3-15 12:21 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA
ID_366	18-3-15 12:28 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_367	18-3-15 12:42 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_368	18-3-15 12:43 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO
ID_369	18-3-15 1:10 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_370	18-3-15 1:14 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_371	18-3-15 2:06 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_372	18-3-15 2:15 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE
ID_373	18-3-15 2:17 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_374	18-3-15 2:24 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_375	18-3-15 2:33 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE
ID_376	18-3-15 2:44 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_377	18-3-15 2:52 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA
ID_378	18-3-15 3:08 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	SEMPRE	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_379	18-3-15 3:12 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_380	18-3-15 3:32 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_381	18-3-15 4:10 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_382	18-3-15 4:13 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_383	18-3-15 4:17 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_384	18-3-15 4:50 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE
ID_385	18-3-15 5:03 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_386	18-3-15 5:08 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_387	18-3-15 5:13 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_388	18-3-15 5:46 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_389	18-3-15 5:54 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_390	18-3-15 6:00 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_391	18-3-15 6:36 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	SEMPRE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	SEMPRE	SEMPRE
ID_392	18-3-15 6:41 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_393	18-3-15 7:44 PM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE
ID_394	18-3-15 7:52 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ
ID_395	18-3-15 8:05 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_396	18-3-15 8:19 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_397	18-3-15 8:21 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_398	18-3-15 8:21 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_399	18-3-15 8:22 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_400	18-3-15 8:24 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_401	18-3-15 8:25 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_402	18-3-15 8:25 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_403	18-3-15 8:25 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_404	18-3-15 8:26 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_405	18-3-15 8:28 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_406	18-3-15 8:29 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO
ID_407	18-3-15 8:30 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_408	18-3-15 8:32 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ
ID_409	18-3-15 8:32 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_410	18-3-15 8:33 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ
ID_411	18-3-15 8:35 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO

ID_412	18-3-15 8:37 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_413	18-3-15 8:40 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_414	18-3-15 8:41 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	RARO
ID_415	18-3-15 8:52 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_416	18-3-15 9:38 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_417	18-3-15 9:39 PM 3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_418	18-3-15 9:41 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_419	18-3-15 9:42 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_420	18-3-15 9:43 PM 11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_421	18-3-15 9:45 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_422	18-3-15 9:49 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_423	18-3-15 9:49 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_424	18-3-15 10:01 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_425	18-3-15 10:14 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE
ID_426	18-3-15 10:37 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_427	18-3-15 11:40 PM 3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_428	18-3-15 11:42 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_429	18-3-15 11:51 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	SEMPRE	FREQUENTE
ID_430	19-3-15 12:35 AM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_431	19-3-15 2:57 AM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_432	19-3-15 7:40 AM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	FREQUENTE	RARO
ID_433	19-3-15 10:44 AM 11 OU MAIS ESTADI	OUTRA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_434	19-3-15 10:58 AM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_435	19-3-15 11:14 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	SEMPRE	SEMPRE	RARO
ID_436	19-3-15 12:03 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_437	19-3-15 12:30 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_438	19-3-15 12:49 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	NUNCA	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_439	19-3-15 1:08 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_440	19-3-15 1:18 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_441	19-3-15 1:25 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_442	19-3-15 1:53 PM 3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_443	19-3-15 2:31 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_444	19-3-15 2:56 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_445	19-3-15 3:00 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO
ID_446	19-3-15 4:14 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_447	19-3-15 4:16 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_448	19-3-15 6:37 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_449	19-3-15 8:41 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_450	19-3-15 9:46 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE
ID_451	20-3-15 11:17 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_452	20-3-15 11:39 AM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_453	20-3-15 3:31 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA
ID_454	20-3-15 6:36 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE
ID_455	20-3-15 8:21 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	RARO	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_456	20-3-15 8:22 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_457	20-3-15 8:37 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_458	20-3-15 8:46 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE

ID_459	20-3-15 8:56 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_460	20-3-15 8:58 PM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO
ID_461	20-3-15 9:48 PM	11 OU MAIS ESTADI	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_462	20-3-15 10:44 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_463	21-3-15 12:10 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_464	21-3-15 12:10 AM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_465	21-3-15 12:11 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_466	21-3-15 12:13 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_467	21-3-15 12:14 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_468	21-3-15 12:15 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_469	21-3-15 12:15 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_470	21-3-15 12:16 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	RARO
ID_471	21-3-15 12:18 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_472	21-3-15 12:18 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_473	21-3-15 12:20 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_474	21-3-15 12:22 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_475	21-3-15 12:23 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_476	21-3-15 12:26 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_477	21-3-15 12:28 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_478	21-3-15 12:29 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_479	21-3-15 4:46 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_480	21-3-15 10:40 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA
ID_481	21-3-15 10:42 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_482	21-3-15 10:44 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_483	21-3-15 10:46 AM	6 A 10 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_484	21-3-15 10:48 AM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_485	21-3-15 10:49 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_486	21-3-15 10:50 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_487	21-3-15 10:52 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	RARO
ID_488	21-3-15 12:48 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	
ID_489	21-3-15 1:24 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE
ID_490	21-3-15 4:00 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_491	21-3-15 6:13 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	RARO
ID_492	21-3-15 7:18 PM	ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_493	21-3-15 7:25 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE
ID_494	22-3-15 11:07 AM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_495	22-3-15 11:08 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_496	22-3-15 11:10 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_497	22-3-15 11:12 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_498	22-3-15 11:14 AM	11 OU MAIS ESTADI	TRABALHO	NUNCA	RARO	RARO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	SEMPRE	RARO
ID_499	22-3-15 11:16 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	SEMPRE	RARO
ID_500	22-3-15 11:18 AM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	NUNCA
ID_501	22-3-15 11:20 AM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	RARO	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_502	22-3-15 4:33 PM	3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	NUNCA
ID_503	22-3-15 9:09 PM	6 A 10 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	RARO	NUNCA
ID_504	22-3-15 9:30 PM	11 OU MAIS ESTADI	OUTRA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZE
ID_505	22-3-15 9:50 PM	3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE

ID_506	22-3-15 10:00 PM 6 A 10 ESTADIAS	LAZER	RARO	FREQUENTE	RARO	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	FREQUENTE
ID_507	23-3-15 12:13 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	RARO	RARO	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_508	23-3-15 10:29 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	RARO	FREQUENTE	RARO	FREQUENTE	RARO	RARO	RARO	RARO	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_509	23-3-15 10:37 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_510	23-3-15 10:52 AM 6 A 10 ESTADIAS	OUTRA	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	RARO	RARO	NUNCA	RARO	FREQUENTE	SEMPRE	FREQUENTE
ID_511	23-3-15 11:40 AM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	RARO	NUNCA	RARO	NUNCA	NUNCA	RARO	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_512	23-3-15 12:40 PM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_513	23-3-15 2:10 PM 3 A 5 ESTADIAS	TRABALHO	NUNCA	ALGUMAS VEZ	NUNCA	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	ALGUMAS VEZE
ID_514	23-3-15 7:32 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	ALGUMAS VEZ	ALGUMAS VEZ	RARO	NUNCA	RARO	SEMPRE	ALGUMAS VEZE
ID_515	23-3-15 8:25 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	ALGUMAS VEZ	FREQUENTE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE	FREQUENTE
ID_516	23-3-15 8:26 PM ATÉ 2 ESTADIAS	LAZER	NUNCA	RARO	SEMPRE	NUNCA	NUNCA	NUNCA	NUNCA	FREQUENTE	SEMPRE	SEMPRE	NUNCA
ID_517	24-3-15 1:37 AM 3 A 5 ESTADIAS	LAZER	ALGUMAS VEZ	RARO	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	NUNCA	NUNCA	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE	SEMPRE

																CONSULTO WEBSITES COM COMENTÁRIO S DE OUTROS OPINIÃO
																PARTILHO A
																SOBRE
																HOTÉIS NAS
																REDES
																SOCIAIS
																ID
ID	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - SMARTPHON E	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - TELEVISÃO INTERATIVA	OPINIÃO PESSOAL DE FAMÍLIA E AMIGOS	PAGINA HOTEL NAS REDES SOCIAIS	COMENTÁRIOS ON-LINE DE OUTROS CLIENTES	RANKING DO HOTEL EM SITES DE COMENTÁRIO	WEBSITE DO HOTEL, IMAGENS E DESCRIÇÕES	PREÇOS E PROMOÇÕES	PROGRAMA DE FIDELIZAÇÃO DO HOTEL	VIDEOS DO HOTEL NA INTERNET (YOUTUBE)	SUGESTÃO DE AGENCIA VIAGENS	CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS	A CADEIA /MARCA A QUE O HOTEL PERTENCE	CLIENTES ANTES DE EFETUAR RESERVA	OPINIÃO SOBRE HOTÉIS NAS REDES SOCIAIS	ID
ID	P3B_3	P3B_4	P4_1	P4_2	P4_3	P4_4	P4_5	P4_6	P4_7	P4_8	P4_9	P4_10	P4_11	P5_1	P5_2	ID
ID_001	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	3	1 - MENOS I	3	3	SIM	SIM	ID_001
ID_002	ALGUMAS VEZ	NUNCA	1 - MENOS IMF	3	4	4	4	4	3	3	2	2	4	SIM	SIM	ID_002
ID_003	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	3	4	3	4	4	2	3	2	3	2	SIM	SIM	ID_003
ID_004	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	3	4	5 - MAIS IMPO	4	4	2	2	2	2	4	SIM	NÃO	ID_004
ID_005	NUNCA	NUNCA	3	1 - MENOS IMP	3	3	4	4	2	2	2	2	2	SIM	SIM	ID_005
ID_006	NUNCA	NUNCA	1 - MENOS IMF	1 - MENOS IMP	1 - MENOS IMPC	3	3	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	NÃO	ID_006
ID_007	FREQUENTE	NUNCA	4	1 - MENOS IMP	4	2	4	4	1 - MENOS IMI	2	1 - MENOS I	2	3	SIM	NÃO	ID_007
ID_008	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	5 - MAIS IMPOR	4	4	5 - MAIS IMP	4	3	4	4	3	4	SIM	NÃO	ID_008
ID_009	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	3	3	4	5 - MAIS IMPC	4	4	3	3	3	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	ID_009
ID_010	FREQUENTE	NUNCA	4	2	3	3	4	4	1 - MENOS IMI	2	2	2	4	SIM	NÃO	ID_010
ID_011	FREQUENTE	NUNCA	2	3	4	4	5 - MAIS IMP	4	3	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SEM OPINIÃO	NÃO	ID_011
ID_012	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	2	4	4	3	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_012
ID_013	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	4	3	5 - MAIS IMPC	4	3	3	4	4	SIM	NÃO	ID_013
ID_014	NUNCA	NUNCA	4	2	3	2	2	4	5 - MAIS IMPO	1 - MENOS IN	2	2	4	SIM	SIM	ID_014
ID_015	FREQUENTE	NUNCA	3	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	3	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	2	SIM	NÃO	ID_015
ID_016	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	2	3	4	4	SIM	NÃO	ID_016
ID_017	SEMPRE		2	3	4	4	4	5 - MAIS IMPC	3	3	2	2	3	SIM	SIM	ID_017
ID_018	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	5 - MAIS IMPO	3	5 - MAIS IMPC	2	2	1 - MENOS I	2	3	SIM	NÃO	ID_018
ID_019	FREQUENTE	RARO	4	2	3	4	3	4	3	2	3	2	4	NÃO	NÃO	ID_019
ID_020	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	4	5 - MAIS IMPO	3	3	4	2	2	2	3	SIM	SIM	ID_020
ID_021	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	4	3	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	3	3	SIM	NÃO	ID_021
ID_022	FREQUENTE	NUNCA	1 - MENOS IMF	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	2	4	4	4	1 - MENOS I	2	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_022
ID_023	NUNCA	NUNCA	3	2	2	3	3	4	3	2	1 - MENOS I	2	3	SIM	NÃO	ID_023
ID_024	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	3	4	4	2	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	2	3	SIM	SIM	ID_024
ID_025	FREQUENTE	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	4	4	5 - MAIS IMPC	2	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS I	SIM	SIM	ID_025
ID_026	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	3	4	4	3	3	3	3	3	SIM	NÃO	ID_026
ID_027	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	1 - MENOS IMP	3	3	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	2	1 - MENOS I	4	1 - MENOS I	SIM	NÃO	ID_027
ID_028	NUNCA	NUNCA	4	4	4	4	5 - MAIS IMP	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	4	SIM	SIM	ID_028
ID_029	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	2	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_029
ID_030	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	3	1 - MENOS IMI	2	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	3	SIM	NÃO	ID_030
ID_031	RARO	NUNCA	4	4	4	4	3	5 - MAIS IMPC	3	3	3	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_031
ID_032	FREQUENTE	NUNCA	4	3	4	4	4	5 - MAIS IMPC	4	4	2	3	3	SEM OPINIÃO	NÃO	ID_032
ID_033	RARO	NUNCA	2	1 - MENOS IMP	4	4	3	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	3	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS I	SIM	NÃO	ID_033
ID_034	SEMPRE	NUNCA	4	2	3	2	3	4	2	2	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IM	SIM	SEM OPINIÃO	ID_034
ID_035	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	SIM	SIM	ID_035

ID_036	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	4	4	4	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	SIM	SIM	ID_036
ID_037	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	5 - MAIS IMP	3	1 - MENOS IMI	2	3	1 - MENOS IMPC	2	SIM	SIM	ID_037
ID_038	NUNCA	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	4	SIM	NÃO	ID_038
ID_039	FREQUENTE	NUNCA	3	4	4	4	4	4	1 - MENOS IMI	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	SIM	NÃO	ID_039
ID_040	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	4	5 - MAIS IMPC	3	3	3	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMI	SIM	SIM	ID_040
ID_041	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	3	3	4	4	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	ID_041
ID_042	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	3	4	4	3	2	2	3	1 - MENOS IMPC	4	SIM	SIM	ID_042
ID_043	NUNCA	NUNCA	3	4	4	4	3	5 - MAIS IMPC	2	2	2	2	2	SIM	SIM	ID_043
ID_044	SEMPRE	NUNCA	1 - MENOS IMF	1 - MENOS IMP	3	2	4	4	3	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	3	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	ID_044
ID_045	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	SIM	NÃO	ID_045
ID_046	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	4	2	1 - MENOS IMI	3	1 - MENOS IMPC	4	SIM	SIM	ID_046
ID_047	RARO	NUNCA	4	2	4	4	3	4	2	2	4	2	3	SIM	NÃO	ID_047
ID_048			5 - MAIS IMPOI	2	4	4	4	4	3	4	2	3	4	SIM	NÃO	ID_048
ID_049	RARO	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	3	1 - MENOS IMI	2	2	2	2	SIM	SIM	ID_049
ID_050	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	4	2	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_050
ID_051	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	2	2	2	3	4	SIM	NÃO	ID_051
ID_052	RARO	NUNCA	2	2	5 - MAIS IMPOR	4	2	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	2	1 - MENOS IMPC	2	SIM	NÃO	ID_052
ID_053	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	2	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	3	SIM	NÃO	ID_053
ID_054	FREQUENTE	NUNCA	2	3	4	3	3	4	2	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	3	SIM	NÃO	ID_054
ID_055	RARO	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	3	1 - MENOS IMI	2	2	2	2	SIM	SIM	ID_055
ID_056	RARO	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	4	4	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	2	3	SIM	SIM	ID_056
ID_057			3	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	1 - MENOS IMI	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	2	1 - MENOS IMPC	4	SIM	SIM	ID_057
ID_058	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	2	SIM	NÃO	ID_058
ID_059	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	4	5 - MAIS IMI	4	4	SIM	SIM	ID_059
ID_060	NUNCA	NUNCA	4	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	4	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	4	SIM	NÃO	ID_060
ID_061	RARO	RARO	4	1 - MENOS IMPC	2	2	2	2	3	1 - MENOS IMI	2	2	3	SIM	NÃO	ID_061
ID_062	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	4	3	3	4	3	4	SIM	SIM	ID_062
ID_063	ALGUMAS VEZ	NUNCA	2	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	2	2	3	SIM	NÃO	ID_063
ID_064	FREQUENTE	NUNCA	1 - MENOS IMF	4	5 - MAIS IMPOR	3	2	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_064
ID_065	RARO	NUNCA	4	3	4	5 - MAIS IMPO	4	3	3	2	3	3	4	SIM	NÃO	ID_065
ID_066	ALGUMAS VEZ	RARO	5 - MAIS IMPOI	3	4	2	3	4	2	3	2	2	4	SIM	SIM	ID_066
ID_067	NUNCA	NUNCA	1 - MENOS IMF	1 - MENOS IMP	2	2	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	3	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_067
ID_068	FREQUENTE	NUNCA	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	SIM	SIM	ID_068
ID_069	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPC	2	3	1 - MENOS IMI	3	4	SIM	SIM	ID_069
ID_070	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	3	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	2	SIM	NÃO	ID_070
ID_071	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	SIM	SEM OPINIÃO	ID_071
ID_072			4	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	4	3	2	2	2	4	SIM	SIM	ID_072
ID_073	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	3	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	4	2	3	5 - MAIS IMI	SIM	SIM	ID_073
ID_074	NUNCA	NUNCA	4	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	4	1 - MENOS IMI	2	4	SEM OPINIÃO	SIM	ID_074
ID_075	FREQUENTE	NUNCA	3	3	3	2	5 - MAIS IMP	4	3	3	1 - MENOS IMI	2	4	SIM	NÃO	ID_075
ID_076	FREQUENTE	NUNCA	2	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	4	3	2	2	2	2	SIM	NÃO	ID_076
ID_077	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	4	3	3	3	3	4	SIM	SEM OPINIÃO	ID_077
ID_078	NUNCA	NUNCA	1 - MENOS IMF	1 - MENOS IMP	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	SIM	NÃO	ID_078
ID_079	RARO	NUNCA	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	4	SIM	NÃO	ID_079
ID_080	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	2	2	3	4	SIM	NÃO	ID_080
ID_081			2	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	2	5 - MAIS IMP	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	2	5 - MAIS IMI	SIM	NÃO	ID_081
ID_082	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC	4	4	4	4	2	1 - MENOS IMI	3	3	4	SIM	SIM	ID_082

ID_083	FREQUENTE	FREQUENTE	3	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	3	1 - MENOS IM	2	3	2	SIM	SIM	ID_083	
ID_084	FREQUENTE	NUNCA	3	2	3	3	4	3	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	2	3	NÃO	NÃO	ID_084	
ID_085	SEMPRE	NUNCA	2	2	3	4	3	4	3	2	2	3	SIM	NÃO	ID_085	
ID_086	ALGUMAS VEZES		2	1 - MENOS IMP	4	3	5 - MAIS IMPC	2	2	2	2	2	SIM	NÃO	ID_086	
ID_087	FREQUENTE	NUNCA	3	1 - MENOS IMP	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	1 - MENOS IM	2	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_087	
ID_088	ALGUMAS VEZ	NUNCA	1 - MENOS IM	1 - MENOS IMP	3	4	4	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	NÃO	ID_088
ID_089	FREQUENTE	RARO	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	3	3	4	2	3	4	SIM	SIM	ID_089
ID_090	ALGUMAS VEZ	NUNCA	2	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	SIM	SEM OPINIÃO	ID_090
ID_091	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPO	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	3	1 - MENOS IM	4	3	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_091
ID_092	FREQUENTE	RARO	3	3	4	4	3	2	2	2	2	2	2	SIM	NÃO	ID_092
ID_093	ALGUMAS VEZ	NUNCA	2	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	4	3	2	2	2	2	SIM	SIM	ID_093
ID_094	FREQUENTE	NUNCA	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	SIM	NÃO	ID_094
ID_095	FREQUENTE	NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	2	2	4	2	3	SIM	NÃO	ID_095
ID_096	RARO	NUNCA	4	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	3	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_096
ID_097	FREQUENTE		2	2	4	4	4	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	3	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_097
ID_098	FREQUENTE	RARO	4	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	3	3	4	4	SIM	NÃO	ID_098
ID_099	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPO	2	4	4	4	3	1 - MENOS IM	2	1 - MENOS I	2	4	SIM	NÃO	ID_099
ID_100	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPO	3	4	4	4	3	1 - MENOS IM	3	2	2	3	SIM	SIM	ID_100
ID_101	FREQUENTE	NUNCA	4	2	2	2	3	5 - MAIS IMPC	2	1 - MENOS IM	2	2	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_101
ID_102	NUNCA	NUNCA	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	4	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IM	NÃO	NÃO	ID_102
ID_103	FREQUENTE	RARO	3	2	4	4	5 - MAIS IMP	4	3	2	2	2	3	SIM	NÃO	ID_103
ID_104			2	3	4	2	4	4	2	2	2	2	4	SIM	NÃO	ID_104
ID_105	RARO	NUNCA	3	3	4	4	4	4	3	2	2	2	2	SIM	NÃO	ID_105
ID_106	NUNCA	NUNCA	3	1 - MENOS IMP	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	4	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	2	SIM	NÃO	ID_106
ID_107			5 - MAIS IMPO	2	4	3	2	4	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	3	3	SIM	SEM OPINIÃO	ID_107
ID_108	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	2	3	4	3	2	3	2	2	2	SIM	NÃO	ID_108
ID_109	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPO	3	4	4	4	5 - MAIS IMPC	2	4	2	2	3	SIM	NÃO	ID_109
ID_110	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	4	4	4	4	2	3	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_110
ID_111	NUNCA	NUNCA	3	3	2	4	3	4	3	2	3	4	3	SIM	NÃO	ID_111
ID_112	NUNCA	NUNCA	4	3	4	4	4	5 - MAIS IMPC	3	3	4	3	3	SIM	SIM	ID_112
ID_113	SEMPRE	RARO	4	4	4	4	4	5 - MAIS IMPC	4	3	3	3	4	SIM	NÃO	ID_113
ID_114	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPO	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	4	3	2	2	1 - MENOS IMPC	3	SIM	NÃO	ID_114
ID_115	FREQUENTE	NUNCA	3	2	4	2	5 - MAIS IMP	4	4	2	2	4	3	SIM	NÃO	ID_115
ID_116	FREQUENTE	NUNCA	4	3	4	4	3	4	2	2	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_116
ID_117	RARO	NUNCA	4	2	4	4	3	3	3	2	4	2	4	SIM	NÃO	ID_117
ID_118	FREQUENTE	NUNCA	3	1 - MENOS IMP	5 - MAIS IMPOR	2	4	5 - MAIS IMPC	4	3	3	3	4	SIM	SIM	ID_118
ID_119	NUNCA	NUNCA	4	3	2	2	2	4	2	2	4	4	3	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	ID_119
ID_120	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPO	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	SIM	NÃO	ID_120
ID_121	RARO	NUNCA	4	1 - MENOS IMP	4	1 - MENOS IM	4	4	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	2	1 - MENOS IMPC	2	SIM	NÃO	ID_121
ID_122	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	4	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IM	SIM	NÃO	ID_122
ID_123	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	2	3	3	4	3	SIM	SIM	ID_123
ID_124	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPO	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_124
ID_125	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPO	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_125
ID_126	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPO	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_126
ID_127	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPO	1 - MENOS IMP	4	4	3	3	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	2	4	SIM	NÃO	ID_127
ID_128	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPC	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	2	3	SIM	SIM	ID_128
ID_129	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPO	1 - MENOS IMP	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPC	2	2	3	3	3	SIM	SIM	ID_129

ID_130	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	1 - MENOS IMPC	2	3	3	1 - MENOS IMI	3	5 - MAIS IMI	2	4	SIM	NÃO	ID_130	
ID_131	FREQUENTE	NUNCA	3	3	4	4	3	4	3	1 - MENOS I	4	4	SIM	NÃO	ID_131	
ID_132	FREQUENTE	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	2	4	SIM	NÃO	ID_132	
ID_133	SEMPRE	NUNCA	3	2	4	4	3	5 - MAIS IMPC	3	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	2	SIM	NÃO	ID_133	
ID_134	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	4	4	3	5 - MAIS IMPC	3	2	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_134
ID_135	RARO	NUNCA	3	3	2	3	4	5 - MAIS IMPC	2	1 - MENOS IN	3	1 - MENOS IMPC	4	NÃO	SIM	ID_135
ID_136	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	4	4	3	3	SIM	NÃO	ID_136
ID_137	FREQUENTE	RARO	5 - MAIS IMPOI	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	ID_137
ID_138	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	3	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	4	4	3	3	SIM	SIM	ID_138
ID_139	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	5 - MAIS IMPC	3	2	2	3	3	SIM	NÃO	ID_139
ID_140	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	4	4	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	3	3	SIM	SIM	ID_140
ID_141	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	2	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	2	2	2	3	SIM	SIM	ID_141
ID_142	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	2	4	2	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS I	SIM	SEM OPINIÃO	ID_142
ID_143	FREQUENTE	NUNCA	3	3	4	4	3	3	5 - MAIS IMPO	3	3	3	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_143
ID_144	ALGUMAS VEZ	RARO	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	4	3	4	3	3	2	4	4	SIM	SIM	ID_144
ID_145	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	2	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_145
ID_146	FREQUENTE	NUNCA	3	2	4	4	3	3	2	2	2	2	4	SIM	SIM	ID_146
ID_147	FREQUENTE		4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	SIM	SIM	ID_147
ID_148	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	3	3	4	5 - MAIS IMPC	2	4	4	3	5 - MAIS IM	NÃO	NÃO	ID_148
ID_149	FREQUENTE	RARO	4	2	3	3	3	4	1 - MENOS IMI	2	3	3	4	SIM	NÃO	ID_149
ID_150	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	4	4	4	4	2	3	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	4	SIM	NÃO	ID_150
ID_151	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	3	2	2	3	3	2	2	2	4	NÃO	NÃO	ID_151
ID_152	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	2	3	4	4	2	1 - MENOS IN	3	2	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_152
ID_153	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	4	3	2	4	3	4	SIM	SIM	ID_153
ID_154	FREQUENTE	NUNCA	4	2	4	4	3	4	2	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_154
ID_155	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	2	3	4	4	4	2	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	4	NÃO	NÃO	ID_155
ID_156	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	4	4	4	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_156
ID_157	FREQUENTE	NUNCA	3	4	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_157
ID_158	NUNCA	NUNCA	2	1 - MENOS IMPC	2	3	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS I	SIM	NÃO	ID_158
ID_159			5 - MAIS IMPOI	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	SIM	NÃO	ID_159
ID_160	FREQUENTE	NUNCA	4	4	3	4	4	5 - MAIS IMPC	2	3	4	2	4	SIM	SIM	ID_160
ID_161	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	3	3	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	4	SIM	NÃO	ID_161
ID_162	NUNCA	NUNCA	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	NÃO	NÃO	ID_162
ID_163	RARO	NUNCA	2	3	4	4	4	4	2	2	2	3	3	SIM	NÃO	ID_163
ID_164	RARO	NUNCA	2	3	4	4	4	4	2	2	2	3	3	SIM	NÃO	ID_164
ID_165	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IM	NÃO	NÃO	ID_165
ID_166	FREQUENTE	NUNCA	4	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	4	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SEM OPINIÃO	ID_166
ID_167	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	NÃO	NÃO	ID_167
ID_168	RARO	RARO	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	NÃO	NÃO	ID_168
ID_169	FREQUENTE	NUNCA	3	2	1 - MENOS IMPC	3	3	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	1 - MENOS I	3	3	NÃO	NÃO	ID_169
ID_170	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	3	2	2	4	4	2	4	1 - MENOS I	3	4	NÃO	NÃO	ID_170
ID_171	FREQUENTE	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IN	3	1 - MENOS IMPC	4	NÃO	NÃO	ID_171
ID_172	RARO	NUNCA	2	3	4	3	4	4	2	2	1 - MENOS I	3	4	NÃO	NÃO	ID_172
ID_173			4	3	4	2	4	4	3	2	3	3	3	SIM	NÃO	ID_173
ID_174	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	2	2	3	3	SIM	NÃO	ID_174
ID_175	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPC	3	3	1 - MENOS I	2	4	SIM	SIM	ID_175
ID_176	FREQUENTE	RARO	3	2	4	2	4	4	3	2	1 - MENOS I	3	4	SIM	NÃO	ID_176

ID_177	ALGUMAS VEZ NUNCA		4	3	4	5 - MAIS IMPO 3		5 - MAIS IMPC 3		3	3	3	4	SIM	SIM	ID_177				
ID_178	ALGUMAS VEZ NUNCA		5 - MAIS IMPOI 5 - MAIS IMPOR		5 - MAIS IMPOR' 3		4	5 - MAIS IMPC 3		2	2	3	5 - MAIS IM SIM		SIM	ID_178				
ID_179	RARO	RARO	4	4	5 - MAIS IMPOR' 4		4	4	2	3	4	3	4	SIM	NÃO	ID_179				
ID_180	ALGUMAS VEZ NUNCA		5 - MAIS IMPOI 1 - MENOS IMPC		5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 3		3	2	2	2	2	2	3	SIM	SIM	ID_180				
ID_181	FREQUENTE	NUNCA	2	2	5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 2		4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMPC 1 - MENOS IMI							NÃO	ID_181				
ID_182	FREQUENTE	NUNCA	3	4	3	3	3	5 - MAIS IMPC 5 - MAIS IMPO 1 - MENOS IMI 3		3	5 - MAIS IM SIM					NÃO	ID_182			
ID_183	FREQUENTE		5 - MAIS IMPOI 3		4	3	5 - MAIS IMP 4		2	2	4	3	5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_183				
ID_184	ALGUMAS VEZ NUNCA		4	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR' 4		5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 2		2	5 - MAIS IMI 2		2	SIM		NÃO	ID_184					
ID_185	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	4	4	5 - MAIS IMPC 2		2	3	2	4	SIM	NÃO	ID_185				
ID_186	ALGUMAS VEZ NUNCA		4	2	4	4	3	4	2	3	3	3	3	SIM	SIM	ID_186				
ID_187	NUNCA	NUNCA	4	3	5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3		5 - MAIS IMP 4		3	5 - MAIS IM SIM					SIM	ID_187				
ID_188			4	4	3	5 - MAIS IMPO 3		5 - MAIS IMPC 2		2	2	2	3	SIM	NÃO	ID_188				
ID_189	NUNCA	NUNCA	4	4	3	5 - MAIS IMPO 4		5 - MAIS IMPC 2		3	2	2	5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_189				
ID_190	RARO	RARO	5 - MAIS IMPOI 4		4	4	4	5 - MAIS IMPC 4		4	3	4	4	SIM	NÃO	ID_190				
ID_191	RARO	NUNCA	4	4	4	4	4	4	2	1 - MENOS IMI 3		1 - MENOS IMPC 3		SIM	NÃO	ID_191				
ID_192	ALGUMAS VEZ NUNCA		2	3	4	4	4	4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 3		4					SIM	SEM OPINIÃO	ID_192		
ID_193	FREQUENTE	FREQUENTE	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	SIM	SIM	ID_193				
ID_194	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3		4	4	4	3	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 2		2					SIM	NÃO	ID_194		
ID_195	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR' 4		5 - MAIS IMP 3		2	3	3	2	2	SIM	NÃO	ID_195				
ID_196	FREQUENTE	NUNCA	2	3	4	4	4	5 - MAIS IMPC 3		1 - MENOS IMI 2		2	3	SIM	NÃO	ID_196				
ID_197	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	4	4	4	1 - MENOS IMI 4		5 - MAIS IMI 5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IM SIM		SIM			ID_197				
ID_198	ALGUMAS VEZ NUNCA		5 - MAIS IMPOI 1 - MENOS IMPC		3	4	2	4	2	1 - MENOS IMI 3		1 - MENOS IMPC 4		SIM	SIM	ID_198				
ID_199	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3		4	3	2	4					SIM	NÃO	ID_199		
ID_200	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		4	5 - MAIS IMPO 3		5 - MAIS IMPC 2		2	2	3	3	SIM	NÃO	ID_200				
ID_201	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		4	4	4	5 - MAIS IMPC 2		2	3	2	3	SIM	NÃO	ID_201				
ID_202	SEMPRE	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 4		2	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMPC 1 - MENOS IMI							NÃO	ID_202				
ID_203	RARO	NUNCA	2	2	4	5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 2		3	1 - MENOS IMI 4		4					SIM	NÃO	ID_203		
ID_204	ALGUMAS VEZ RARO		4	4	5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 4		4	4	2	4	3	4		SIM	SIM	ID_204				
ID_205	SEMPRE	RARO	4	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 4		4	4	5 - MAIS IMP 3		3	5 - MAIS IM SIM					SIM	ID_205			
ID_206	ALGUMAS VEZ NUNCA		3	2	4	4	5 - MAIS IMP 3		4	2	3	2	4	SIM	NÃO	ID_206				
ID_207	ALGUMAS VEZ NUNCA		5 - MAIS IMPOI 4		5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 2		1 - MENOS IMI 5 - MAIS IMI 4		3					SIM	NÃO	ID_207				
ID_208	ALGUMAS VEZ NUNCA		4	2	3	3	4	4	2	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 3		3					SIM	SIM	ID_208	
ID_209	NUNCA	NUNCA	4	2	3	3	4	4	2	3	2	2	2	SIM	NÃO	ID_209				
ID_210	SEMPRE		5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 3		3					SIM	NÃO	ID_210						
ID_211	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		5 - MAIS IMPOR' 4		5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 4		1 - MENOS IMPC 3					SIM	NÃO	ID_211				
ID_212	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		5 - MAIS IMPOR' 4		4	4	1 - MENOS IMI 2		3	2	3	SIM	SIM	ID_212				
ID_213	ALGUMAS VEZ NUNCA		4	3	4	3	4	4	2	2	2	2	3	SIM	SIM	ID_213				
ID_214	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR' 4		5 - MAIS IMP 4		3	3	2	3	4					SIM	SIM	ID_214		
ID_215	SEMPRE	RARO	4	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 4		4	2	2	2	3	4					SIM	SIM	ID_215		
ID_216	ALGUMAS VEZ RARO		3	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 4		4	4	3	2	3	3					SIM	SIM	ID_216		
ID_217	ALGUMAS VEZ NUNCA		5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 4		2	1 - MENOS IMI 3		1 - MENOS IMPC 4		SIM				NÃO	ID_217			
ID_218			5 - MAIS IMPOI 1 - MENOS IMPC 2		4	3	4	3	3	4	2	4					SIM	NÃO	ID_218	
ID_219	FREQUENTE	RARO	1 - MENOS IMF 4		4	4	4	4	1 - MENOS IMI 3		3	3					SIM	NÃO	ID_219	
ID_220	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 1 - MENOS IMPC 5 - MAIS IMPOR' 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IM SIM													SIM	ID_220			
ID_221	FREQUENTE	NUNCA	2	1 - MENOS IMPC 5 - MAIS IMPOR' 4		2	2	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMPC 3		SIM							SIM	ID_221		
ID_222	ALGUMAS VEZ NUNCA		4	4	4	4	4	4	1 - MENOS IMI 3		1 - MENOS IMI 3		1 - MENOS IMI SIM				NÃO	ID_222		
ID_223	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	3	3	4	4	1 - MENOS IMI 2		2	4					SIM	SIM	ID_223

ID_224	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	4	1 - MENOS IMI	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	SIM	SEM OPINIÃO	ID_224
ID_225	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	4	3	3	3	3	3	SIM	SIM	ID_225
ID_226	SEMPRE	RARO	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	SIM	SIM	ID_226
ID_227	RARO	NUNCA	4	2	4	3	4	4	3	3	2	3	4	SIM	NÃO	ID_227
ID_228	SEMPRE	NUNCA	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	4	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_228
ID_229	SEMPRE	NUNCA	2	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	4	4	2	1 - MENOS IMI	3	4	SIM	SIM	ID_229
ID_230	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	2	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_230
ID_231	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC	3	3	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	SIM	NÃO	ID_231
ID_232	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	SIM	NÃO	ID_232
ID_233	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	4	2	2	5 - MAIS IMP	4	2	2	2	2	5 - MAIS IM	NÃO	NÃO	ID_233
ID_234	FREQUENTE		4	4	1 - MENOS IMPC	4	4	2	2	2	2	2	3	NÃO	NÃO	ID_234
ID_235	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	4	3	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	4	SIM	SIM	ID_235
ID_236	FREQUENTE	NUNCA	4	3	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	5 - MAIS IMP	4	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_236
ID_237	FREQUENTE	NUNCA	4	3	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	5 - MAIS IMP	4	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_237
ID_238	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	4	SIM	SIM	ID_238
ID_239	FREQUENTE	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPC	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	3	3	SIM	NÃO	ID_239
ID_240	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	5 - MAIS IMP	1 - MENOS IMI	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_240
ID_241	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	4	3	4	4	5 - MAIS IMP	4	3	3	2	4	4	SIM	SIM	ID_241
ID_242	SEMPRE	NUNCA	4	2	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	4	1 - MENOS IMI	4	4	SIM	SIM	ID_242
ID_243	NUNCA	NUNCA	4	4	2	2	4	4	2	2	1 - MENOS IMI	3	3	NÃO	NÃO	ID_243
ID_244	ALGUMAS VEZES		3	2	3	1 - MENOS IMI	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	3	1 - MENOS IMPC	3	SIM	NÃO	ID_244
ID_245	NUNCA	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_245
ID_246	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	3	4	5 - MAIS IMPC	4	3	3	3	3	SIM	NÃO	ID_246
ID_247	FREQUENTE	NUNCA	4	4	3	3	3	5 - MAIS IMPC	4	2	4	4	4	NÃO	NÃO	ID_247
ID_248	RARO	NUNCA	4	2	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	4	1 - MENOS IMPC	4	NÃO	NÃO	ID_248
ID_249	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	5 - MAIS IMPC	3	3	5 - MAIS IMI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_249
ID_250	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	5 - MAIS IMP	3	4	5 - MAIS IM	SIM	SEM OPINIÃO	ID_250
ID_251	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	2	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	5 - MAIS IMPO	2	2	2	4	SIM	NÃO	ID_251
ID_252	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	2	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	3	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	2	3	NÃO	NÃO	ID_252
ID_253	FREQUENTE	NUNCA	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	SIM	NÃO	ID_253
ID_254	SEMPRE		5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	ID_254
ID_255	ALGUMAS VEZES		2	1 - MENOS IMPC	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	SIM	NÃO	ID_255
ID_256	NUNCA	NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	4	4	2	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_256
ID_257	SEMPRE	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_257
ID_258	FREQUENTE	NUNCA	2	1 - MENOS IMPC	3	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMPC	4	NÃO	NÃO	ID_258
ID_259	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IMI	3	3	SIM	SIM	ID_259
ID_260	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	3	5 - MAIS IMPC	3	3	3	3	4	SIM	NÃO	ID_260
ID_261	FREQUENTE	NUNCA	4	4	3	3	4	4	2	2	2	3	3	SIM	SIM	ID_261
ID_262	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	SIM	NÃO	ID_262
ID_263	FREQUENTE	RARO	4	3	2	3	4	4	4	3	2	2	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_263
ID_264	SEMPRE	RARO	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	5 - MAIS IMPO	4	4	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_264
ID_265	FREQUENTE	NUNCA	3	2	4	4	4	4	2	1 - MENOS IMI	2	1 - MENOS IMPC	3	SIM	NÃO	ID_265
ID_266	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	3	2	3	3	SIM	NÃO	ID_266
ID_267	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	4	3	3	4	2	4	3	3	3	SIM	NÃO	ID_267
ID_268	RARO	ALGUMAS VEZ	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	4	2	2	2	4	4	SIM	SIM	ID_268
ID_269	SEMPRE	NUNCA	4	3	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	1 - MENOS IMI	2	2	4	SIM	NÃO	ID_269
ID_270	RARO	NUNCA	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	SIM	NÃO	ID_270

ID_271	ALGUMAS VEZ RARO		5 - MAIS IMPOI 4		4	4	4	4	1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 1 - MENOS I SIM		NÃO	ID_271		
ID_272	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 3		4	2	3	1 - MENOS I 2		4	SIM	SIM	ID_272	
ID_273	SEMPRE	NUNCA	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3	4	SIM	NÃO	ID_273
ID_274	FREQUENTE	NUNCA	4	2	3	1 - MENOS IMI 4		5 - MAIS IMPC 2		2	2	2	4	NÃO	NÃO	ID_274
ID_275	ALGUMAS VEZ RARO		4	3	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 4		3	3	4	2	2	5 - MAIS IM SIM		SIM	ID_275	
ID_276	SEMPRE	NUNCA	3	3	3	4	5 - MAIS IMP 4		3	4	5 - MAIS IMI 3		5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_276
ID_277	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 4		4	1 - MENOS IMI 3		4	4	2	SIM	NÃO	ID_277	
ID_278	SEMPRE	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 4		5 - MAIS IMPC 3		3	4	3	4	SIM	SIM	ID_278	
ID_279	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	4	2	2	2	5 - MAIS IMPC 3		3	4	3	4	SIM	NÃO	ID_279	
ID_280	ALGUMAS VEZ NUNCA		3	2	4	4	3	3	2	2	2	3	SIM	NÃO	ID_280	
ID_281	NUNCA	NUNCA	3	1 - MENOS IMPC 2		1 - MENOS IMI 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 3		1 - MENOS IMPC 4		NÃO		NÃO	NÃO	ID_281		
ID_282	RARO	NUNCA	4	4	3	3	4	3	2	2	2	4	NÃO	NÃO	ID_282	
ID_283	FREQUENTE	NUNCA	2	2	3	4	3	4	3	1 - MENOS IMI 2		2	3	SIM	NÃO	ID_283
ID_284	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR 4		1 - MENOS IMI 3		2	1 - MENOS IMI 1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 3		SIM	NÃO	ID_284		
ID_285	SEMPRE	RARO	5 - MAIS IMPOI 4		5 - MAIS IMPOR 4		5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 5 - MAIS IMPO 3		2	4	5 - MAIS IM SIM		SIM	ID_285		
ID_286	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	5 - MAIS IMPOI 5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 3		4	3	SIM	NÃO	ID_286							
ID_287	SEMPRE	NUNCA	4	2	4	4	5 - MAIS IMP 4		2	3	2	3	5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_287
ID_288	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	5 - MAIS IMPO 4		4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 3		SIM	NÃO	ID_288			
ID_289	FREQUENTE	NUNCA	2	2	4	5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 2		2	2	2	2	2	SIM	NÃO	ID_289	
ID_290	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		4	5 - MAIS IMPO 3		5 - MAIS IMPC 2		2	3	4	3	SIM	NÃO	ID_290
ID_291	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR 2		3	3	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS I 2		4	SIM	NÃO	ID_291		
ID_292	FREQUENTE	NUNCA	3	1 - MENOS IMPC 4		3	3	3	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 3		SIM	SIM	ID_292			
ID_293	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	3	3	4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IMI 2		3	5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_293	
ID_294	FREQUENTE	RARO	3	4	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3		3	1 - MENOS I 4		4	SIM	SEM OPINIÃO	ID_294			
ID_295	RARO	NUNCA	4	2	4	5 - MAIS IMPO 4		5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 3		3	SIM	SEM OPINIÃO	ID_295	
ID_296	NUNCA	NUNCA	3	1 - MENOS IMPC 2		1 - MENOS IMI 4		5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 1 - MENOS I		NÃO	NÃO	ID_296		
ID_297	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 1 - MENOS IMPC 3		3	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 2		2	3	3	3	SIM	SEM OPINIÃO	ID_297		
ID_298	ALGUMAS VEZ	RARO	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	SIM	NÃO	ID_298	
ID_299	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	4	3	5 - MAIS IMPC 3		4	3	4	3	SIM	NÃO	ID_299
ID_300	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 4		5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 5 - MAIS IMP 1 - MENOS I 3		5 - MAIS IM SIM		SIM	ID_300				
ID_301	ALGUMAS VEZES		5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 3		2	4	3	3	5 - MAIS IM SIM		SEM OPINIÃO	ID_301		
ID_302	RARO	NUNCA	3	3	4	4	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 4		4	3	4	3	NÃO	NÃO	ID_302	
ID_303	SEMPRE	NUNCA	4	4	4	3	4	5 - MAIS IMPC 3		2	4	4	4	NÃO	NÃO	ID_303
ID_304	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		3	3	4	2	1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 2		5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_304
ID_305	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	4	4	4	2	2	3	2	4	SIM	NÃO	ID_305
ID_306	SEMPRE	NUNCA	4	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR 4		4	4	4	4	4	4	5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_306	
ID_307	FREQUENTE	ALGUMAS VEZ	5 - MAIS IMPOI 5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR 4		5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3		3	3	4	4	SIM	NÃO	ID_307			
ID_308	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR 4		4	5 - MAIS IMPC 3		3	3	2	5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_308
ID_309			2	2	2	3	3	3	2	1 - MENOS IMI 2		3	5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_309
ID_310	NUNCA	NUNCA	2	2	5 - MAIS IMPOR 4		4	5 - MAIS IMPC 3		3	4	3	3	SIM	NÃO	ID_310
ID_311	FREQUENTE	RARO	3	4	4	4	4	5 - MAIS IMPC 3		4	4	4	3	SIM	NÃO	ID_311
ID_312	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 4		3	2	3	4	5 - MAIS IM SIM		NÃO	ID_312				
ID_313	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3		3	4	4	5 - MAIS IMPC 3		3	3	3	4	NÃO	NÃO	ID_313
ID_314	ALGUMAS VEZ	RARO	4	2	2	2	3	4	2	2	3	2	SIM	SIM	ID_314	
ID_315	FREQUENTE	NUNCA	4	3	4	5 - MAIS IMPO 3		4	3	3	3	4	SIM	NÃO	ID_315	
ID_316	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 3		4	4	4	3	3	4	SIM	NÃO	ID_316	
ID_317	FREQUENTE	NUNCA	4	4	3	2	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3		3	2	3	5 - MAIS IM NÃO		NÃO	ID_317	

ID_318	FREQUENTE	NUNCA	4	3	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	2	4	3	4	SIM	NÃO	ID_318	
ID_319	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	3	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	5 - MAIS IMPO	2	2	2	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_319	
ID_320	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	3	4	4	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	4	3	4	3	4	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_320	
ID_321	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	3	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	3	2	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_321	
ID_322	FREQUENTE	NUNCA	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	SIM	SIM	SIM	ID_322	
ID_323	FREQUENTE	RARO	4	4	3	4	4	4	2	2	2	3	SIM	NÃO	SIM	ID_323	
ID_324	SEMPRE	RARO	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPC	3	4	4	4	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_324	
ID_325	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	4	4	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	3	1 - MENOS IMPC	4	SIM	NÃO	ID_325	
ID_326	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC	4	4	2	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	2	2	SIM	NÃO	SIM	ID_326	
ID_327	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	3	3	3	4	3	2	1 - MENOS IM	4	3	SIM	SIM	ID_327	
ID_328	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	4	4	3	4	3	4	1 - MENOS IM	4	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_328	
ID_329	FREQUENTE	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	4	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	2	1 - MENOS IM	SIM	SIM	ID_329	
ID_330	FREQUENTE	NUNCA	3	3	3	4	4	5 - MAIS IMPC	3	2	2	3	5 - MAIS IM	NÃO	NÃO	ID_330	
ID_331	RARO	NUNCA	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	NÃO	NÃO	ID_331	
ID_332	ALGUMAS VEZ	RARO	4	4	4	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	5 - MAIS IMP	4	4	4	SIM	SIM	ID_332	
ID_333	RARO	NUNCA	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	SIM	NÃO	ID_333	
ID_334	ALGUMAS VEZ	RARO	4	3	3	3	4	4	4	2	2	3	4	SIM	NÃO	ID_334	
ID_335	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	SIM	NÃO	ID_335	
ID_336	FREQUENTE	NUNCA	3	1 - MENOS IMPC	4	4	2	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	2	1 - MENOS IMPC	2	SIM	SIM	ID_336	
ID_337	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	3	4	4	5 - MAIS IMPC	3	4	2	2	3	NÃO	NÃO	ID_337	
ID_338	NUNCA	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	2	1 - MENOS IM	2	4	SIM	NÃO	ID_338	
ID_339	RARO	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	2	3	SIM	NÃO	ID_339	
ID_340	SEMPRE	NUNCA	4	3	4	4	3	5 - MAIS IMPC	3	3	3	4	3	SIM	SIM	ID_340	
ID_341	FREQUENTE	NUNCA	3	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	4	2	2	2	4	SIM	NÃO	ID_341	
ID_342	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	3	5 - MAIS IMI	4	3	SIM	SEM OPINIÃO	ID_342	
ID_343	RARO	RARO	4	3	3	3	3	5 - MAIS IMPC	4	3	4	3	4	NÃO	NÃO	ID_343	
ID_344	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	SIM	NÃO	ID_344	
ID_345	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	4	2	2	2	3	3	SIM	SEM OPINIÃO	ID_345	
ID_346	FREQUENTE	NUNCA	3	3	4	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	ID_346
ID_347	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	1 - MENOS IMPC	4	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	4	2	2	4	SIM	NÃO	ID_347	
ID_348	NUNCA	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	3	3	3	4	SIM	NÃO	ID_348	
ID_349	RARO	RARO	4	4	1 - MENOS IMPC	1 - MENOS IMI	3	4	3	2	2	2	2	NÃO	NÃO	ID_349	
ID_350	FREQUENTE	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	2	3	SIM	NÃO	ID_350	
ID_351	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMI	5 - MAIS IMPOR	3	SIM	NÃO	ID_351	
ID_352	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	5 - MAIS IMPO	3	2	2	2	SIM	SIM	ID_352	
ID_353	RARO	RARO	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	4	4	5 - MAIS IMPOR	4	SIM	NÃO	ID_353	
ID_354	FREQUENTE	NUNCA	3	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	3	1 - MENOS IM	4	1 - MENOS IM	SIM	NÃO	ID_354	
ID_355	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	4	3	3	2	2	3	SIM	NÃO	ID_355	
ID_356			4	4	4	4	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	4	4	SIM	NÃO	ID_356	
ID_357	NUNCA	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPC	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS IMPC	4	SIM	NÃO	ID_357
ID_358	RARO		5 - MAIS IMPOI	1 - MENOS IMPC	4	4	3	5 - MAIS IMPC	3	1 - MENOS IM	2	4	4	SIM	NÃO	ID_358	
ID_359	SEMPRE	NUNCA	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS IMPC	3	SIM	NÃO	ID_359
ID_360	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	4	3	4	SIM	NÃO	ID_360	
ID_361	FREQUENTE	RARO	5 - MAIS IMPOI	4	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_361	
ID_362	RARO	NUNCA	4	2	2	3	3	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	3	4	NÃO	NÃO	SIM	ID_362	
ID_363	RARO	RARO	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	SIM	NÃO	ID_363	
ID_364	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	1 - MENOS IMPC	2	3	4	5 - MAIS IMPC	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS IM	1 - MENOS IMPC	3	NÃO	NÃO	ID_364

ID_365	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2	3	4	4	5 - MAIS IMPC 2	2	2	3	3	SIM	NÃO	ID_365
ID_366	FREQUENTE	NUNCA	3	4	4	4	5 - MAIS IMPC 4	3	3	2	4	SIM	NÃO	ID_366
ID_367	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2	2	2	2	4	2	3	1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 3		SIM	SIM	ID_367
ID_368	FREQUENTE	NUNCA	2	2	3	3	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 2		2	NÃO	NÃO	ID_368
ID_369	FREQUENTE	RARO	4	3	4	4	3	2	2	3	4	SIM	SEM OPINIÃO	ID_369
ID_370	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	4	3	3	2	3	4	SIM	NÃO	ID_370
ID_371	NUNCA	NUNCA	3	4	4	4	3	2	2	2	3	SIM	SIM	ID_371
ID_372	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	4	1 - MENOS IMPC 3	4	4	2	3	1 - MENOS I 2	2	NÃO	NÃO	ID_372
ID_373	RARO	RARO	5 - MAIS IMPOI 3	3	3	3	5 - MAIS IMPC 2	4	4	4	4	SIM	SEM OPINIÃO	ID_373
ID_374	NUNCA	NUNCA	4	3	3	3	4	2	2	2	2	SIM	NÃO	ID_374
ID_375			5 - MAIS IMPOI 2	2	2	4	5 - MAIS IMPC 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 4			3	4	SIM	SIM	ID_375
ID_376	FREQUENTE	NUNCA	3	3	4	4	3	2	1 - MENOS IMI 3	1 - MENOS I 2	2	SIM	NÃO	ID_376
ID_377	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	3	3	3	3	4	3	3	3	NÃO	NÃO	ID_377
ID_378	FREQUENTE	RARO	5 - MAIS IMPOI 3	4	4	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 4	4	3	3		5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_378
ID_379	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	4	5 - MAIS IMPC 3	4	3	2	4	SIM	NÃO	ID_379
ID_380	FREQUENTE	NUNCA	1 - MENOS IMF 1 - MENOS IMPC 4		1 - MENOS IMI 3	4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 3					SIM	SIM	ID_380
ID_381	SEMPRE	NUNCA	4	3	4	3	4	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 2	2	2	3	SIM	NÃO	ID_381
ID_382	NUNCA	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 4		4			SIM	NÃO	ID_382
ID_383	SEMPRE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4	4	4	3	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 3		3		4	SIM	SIM	ID_383
ID_384	FREQUENTE	NUNCA	4	3	3	3	4	3	3	4	3	SIM	NÃO	ID_384
ID_385	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3	4	4	4	5 - MAIS IMPC 3	2	3	3	2	SEM OPINIÃO	SIM	ID_385
ID_386	NUNCA	NUNCA	4	3	3	4	4	4	3	3	3	SIM	NÃO	ID_386
ID_387	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2	4	4	3	5 - MAIS IMPC 2	3	1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 3			SIM	NÃO	ID_387
ID_388	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC 2	2	3	4	4	3	1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 4		NÃO	NÃO	ID_388
ID_389	NUNCA	NUNCA	2	4	4	1 - MENOS IMI 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 3		1 - MENOS I 3		4		SIM	NÃO	ID_389
ID_390	FREQUENTE	RARO	5 - MAIS IMPOI 2	4	3	2	4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 3		1 - MENOS IMPC 4		SIM	NÃO	ID_390
ID_391	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4	3	3	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3		2	3	4	4	SIM	NÃO	ID_391
ID_392	NUNCA	NUNCA	2	4	5 - MAIS IMPOR 4	2	4	3	1 - MENOS IM 3	1 - MENOS IMPC 5 - MAIS IM		NÃO	SEM OPINIÃO	ID_392
ID_393	RARO	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC 4	4	3	3	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 1 - MENOS I		SIM		NÃO	ID_393	
ID_394	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	SIM	NÃO	ID_394
ID_395	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	3	4	3	4	5 - MAIS IMPC 2	1 - MENOS IM 2	2	3	SIM	NÃO	ID_395
ID_396	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	4	4	5 - MAIS IMPC 4	3	4	3	SIM	NÃO	ID_396
ID_397	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2	5 - MAIS IMPOR 4	5 - MAIS IMP 4	2	2	1 - MENOS I 3		3		SIM	SIM	ID_397
ID_398	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3	3	4	4	5 - MAIS IMPC 3	4	2	2	3	NÃO	NÃO	ID_398
ID_399	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3	4	4	4	3	3	4	4	3	5 - MAIS IM	SIM	ID_399
ID_400	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2	5 - MAIS IMPOR 4	4	4	5 - MAIS IMPC 2	2	2	3	2	SIM	NÃO	ID_400
ID_401	RARO	NUNCA	3	2	5 - MAIS IMPOR 3	4	4	2	2	2	3	SIM	NÃO	ID_401
ID_402	RARO	NUNCA	3	2	5 - MAIS IMPOR 3	4	4	2	2	2	3	SIM	NÃO	ID_402
ID_403	SEMPRE	ALGUMAS VEZ	5 - MAIS IMPOI 5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR 4		5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3	2	2	2	2	2	2	SIM	SIM	ID_403
ID_404	RARO	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR 3	4	4	1 - MENOS IMI 2	1 - MENOS I 3		3	SIM	NÃO	ID_404
ID_405	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR 3	4	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 3		2	SIM	NÃO	ID_405
ID_406	FREQUENTE	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR 3	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 3		3		SIM	NÃO	ID_406
ID_407	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR 3	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 3		3		SIM	SIM	ID_407
ID_408	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2	5 - MAIS IMPOR 3	4	3	1 - MENOS IMI 2		1 - MENOS I 3		4	SIM	SIM	ID_408
ID_409	SEMPRE	NUNCA	4	3	2	4	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 4	2	1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 4			NÃO	NÃO	ID_409
ID_410	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2	5 - MAIS IMPOR 4	3	4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS I 2			2		SIM	NÃO	ID_410
ID_411	FREQUENTE	NUNCA	4	3	5 - MAIS IMPOR 4	3	4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 2		2	3	SIM	NÃO	ID_411

ID_412	ALGUMAS VEZ NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR' 4	4	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 2	2	3	SIM	SIM	ID_412				
ID_413	ALGUMAS VEZ NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		4	4	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 2	2	3	SIM	SIM	ID_413				
ID_414	RARO NUNCA	5 - MAIS IMPOI 1 - MENOS IMP 5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 4			4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS IM 1 - MENOS IMPC 2			SIM	NÃO	ID_414				
ID_415	FREQUENTE NUNCA	4	4	4	4	4	2	2	1 - MENOS IM 2	4	SIM	NÃO	ID_415		
ID_416	FREQUENTE NUNCA	4	3	3	2	4	5 - MAIS IMPC 3	2	2	4	3	NÃO	NÃO	ID_416	
ID_417	ALGUMAS VEZ NUNCA	3	1 - MENOS IMP 5 - MAIS IMPOR' 4		3	2	3	1 - MENOS IM 1 - MENOS IM 1 - MENOS IMPC 3				SIM	NÃO	ID_417	
ID_418	ALGUMAS VEZ NUNCA	3	1 - MENOS IMP 3	4	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 5 - MAIS IMPO 2	1 - MENOS IM 3		1 - MENOS IM 1 - MENOS IMPC 2				NÃO	NÃO	ID_418	
ID_419	ALGUMAS VEZ NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		4	4	5 - MAIS IMPC 3	2	1 - MENOS IM 1 - MENOS IMPC 2				SIM	SIM	ID_419	
ID_420	ALGUMAS VEZ NUNCA	3	3	1 - MENOS IMPC 2	3	4	2	4	2	4	4	NÃO	SIM	ID_420	
ID_421	ALGUMAS VEZ NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		5 - MAIS IMPOR' 4	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 2	1 - MENOS IM 1 - MENOS IM 2		3				SIM	SIM	ID_421	
ID_422	NUNCA NUNCA	4	4	4	4	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 4	2	3	4	4		SIM	NÃO	ID_422	
ID_423	ALGUMAS VEZ NUNCA	5 - MAIS IMPOI 1 - MENOS IMP 3		1 - MENOS IMI 3	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 5 - MAIS IMI 1 - MENOS IMPC 2							SIM	NÃO	ID_423	
ID_424	SEMPRE NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		5 - MAIS IMPOR' 4	4	5 - MAIS IMPC 3	3	3	3	4		SIM	SEM OPINIÃO	ID_424	
ID_425	FREQUENTE RARO	5 - MAIS IMPOI 3		3	4	4	4	3	2	2	3	4	SIM	SEM OPINIÃO	ID_425
ID_426	ALGUMAS VEZ NUNCA	4	5 - MAIS IMPOR 4	3	3	5 - MAIS IMPC 5 - MAIS IMPO 4	1 - MENOS IM 3	3				SEM OPINIÃO	NÃO	ID_426	
ID_427	RARO NUNCA	2	4	5 - MAIS IMPOR' 4	4	4	4	4	3	3	4	SIM	NÃO	ID_427	
ID_428	ALGUMAS VEZ NUNCA	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	4	SIM	NÃO	ID_428
ID_429	FREQUENTE NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	3	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 2	2	1 - MENOS IM 1 - MENOS IMPC 1 - MENOS IM 1				SIM	NÃO	ID_429	
ID_430	FREQUENTE RARO	3	3	5 - MAIS IMPOR' 3	5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3	4	2	4	4			SIM	SIM	ID_430	
ID_431	ALGUMAS VEZ NUNCA	3	1 - MENOS IMP 4	3	4	4	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS IM 3	4				SIM	SEM OPINIÃO	ID_431	
ID_432	ALGUMAS VEZ RARO	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	SIM	NÃO	ID_432	
ID_433	FREQUENTE NUNCA	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	SIM	NÃO	ID_433
ID_434	RARO NUNCA	5 - MAIS IMPOI 3		4	3	4	4	2	2	1 - MENOS IM 1 - MENOS IMPC 4		SIM	NÃO	ID_434	
ID_435	ALGUMAS VEZ NUNCA	2	3	3	4	3	4	2	2	2	3	SIM	SIM	ID_435	
ID_436	FREQUENTE NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3	4	2	3	2				SIM	SIM	ID_436	
ID_437	FREQUENTE NUNCA	4	2	4	5 - MAIS IMPO 4	3	2	2	2	2	3	SIM	NÃO	ID_437	
ID_438	ALGUMAS VEZ NUNCA	4	2	3	3	4	5 - MAIS IMPC 4	2	2	4	4	NÃO	NÃO	ID_438	
ID_439	ALGUMAS VEZ RARO	4	3	5 - MAIS IMPOR' 4	4	4	3	3	1 - MENOS IM 3	3		SIM	SIM	ID_439	
ID_440	FREQUENTE NUNCA	5 - MAIS IMPOI 5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR' 2		4	4	4	2	2	1 - MENOS IM 3	4		NÃO	SIM	ID_440	
ID_441	ALGUMAS VEZ NUNCA	5 - MAIS IMPOI 1 - MENOS IMP 5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 4			4	1 - MENOS IMI 2	1 - MENOS IM 1 - MENOS IMPC 3					SIM	SIM	ID_441	
ID_442	NUNCA NUNCA	3	2	3	3	1 - MENOS IM 4	3	1 - MENOS IM 1 - MENOS IM 3	2			SIM	NÃO	ID_442	
ID_443	FREQUENTE NUNCA	2	4	4	4	4	2	3	2	1 - MENOS IM 3	4	SIM	NÃO	ID_443	
ID_444	FREQUENTE NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 4	5 - MAIS IMP 4	4		4				SIM	SIM	ID_444	
ID_445	FREQUENTE NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	3	4	4	1 - MENOS IMI 2	3	2	3	SIM	NÃO	ID_445	
ID_446	RARO NUNCA	2	3	4	3	5 - MAIS IMP 4	2	2	1 - MENOS IM 2	3		SIM	NÃO	ID_446	
ID_447	SEMPRE NUNCA	2	2	3	3	5 - MAIS IMP 4	2	2	3	3	4	SIM	NÃO	ID_447	
ID_448	ALGUMAS VEZ NUNCA	3	2	2	3	4	4	1 - MENOS IMI 2	1 - MENOS IM 3	3		SEM OPINIÃO	NÃO	ID_448	
ID_449	SEMPRE NUNCA	5 - MAIS IMPOI 5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 4			4	3	3	5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IM 1				SIM	NÃO	ID_449	
ID_450	ALGUMAS VEZ NUNCA	4	3	4	4	4	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS IM 4	4				SIM	NÃO	ID_450	
ID_451	ALGUMAS VEZ NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	4	4	3	4	3	4	3	SIM	NÃO	ID_451	
ID_452	FREQUENTE NUNCA	4	4	4	4	3	3	2	2	1 - MENOS IM 2	3	SIM	SIM	ID_452	
ID_453	FREQUENTE NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	4	5 - MAIS IMP 4	3	3	1 - MENOS IM 3	5 - MAIS IM 1		SIM	NÃO	ID_453	
ID_454	SEMPRE	1 - MENOS IMF 3		5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 2	1 - MENOS IM 3	1 - MENOS IMPC 2						SIM	SIM	ID_454	
ID_455	NUNCA NUNCA	4	1 - MENOS IMP 3	2	2	3	1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS IM 2	3				SIM	NÃO	ID_455	
ID_456	ALGUMAS VEZ NUNCA	5 - MAIS IMPOI 4		4	5 - MAIS IMPO 4	5 - MAIS IMPC 5 - MAIS IMPO 4	4	4	4			SIM	SIM	ID_456	
ID_457	FREQUENTE NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR' 5 - MAIS IMPO 4	5 - MAIS IMPC 2	1 - MENOS IM 1 - MENOS IM 4	1 - MENOS IM 1					SIM	SIM	ID_457	
ID_458	FREQUENTE NUNCA	5 - MAIS IMPOI 2		3	3	3	4	4	3	3	3	SIM	NÃO	ID_458	

ID_459	FREQUENTE	NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	2	2	4	3	3	SIM	SIM	ID_459	
ID_460	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	3	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	SIM	ID_460	
ID_461			3	3	4	4	4	5 - MAIS IMPC	2	2	3	3	SIM	NÃO	ID_461	
ID_462	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	SIM	SEM OPINIÃO	ID_462
ID_463	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	4	4	3	4	2	2	4	3	4	SIM	SIM	ID_463
ID_464	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_464
ID_465	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	3	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	2	2	3	3	SIM	NÃO	ID_465
ID_466	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	2	2	SIM	SIM	ID_466
ID_467	NUNCA	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	3	3	SIM	SIM	ID_467
ID_468	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR	3	4	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	3	3	SIM	NÃO	ID_468
ID_469	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR	3	4	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	3	3	SIM	NÃO	ID_469
ID_470	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	4	3	4	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	3	3	SIM	SIM	ID_470
ID_471	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	4	4	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	3	4	SIM	SIM	ID_471
ID_472	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	4	4	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	3	4	SIM	SIM	ID_472
ID_473	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	2	1 - MENOS IM	2	2	3	SIM	SIM	ID_473
ID_474	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	3	4	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	2	1 - MENOS I	3	2	SIM	SIM	ID_474
ID_475	RARO	NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	3	4	SIM	NÃO	ID_475
ID_476	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	4	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	2	3	SIM	NÃO	ID_476
ID_477	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	3	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	2	3	SIM	NÃO	ID_477
ID_478	ALGUMAS VEZ	NUNCA	2	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	3	3	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	2	5 - MAIS IM	SIM	SIM	ID_478
ID_479	ALGUMAS VEZ	NUNCA	2	1 - MENOS IMPC	3	3	3	3	5 - MAIS IMPO	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	2	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_479
ID_480	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	4	4	3	3	2	2	3	4	SIM	NÃO	ID_480
ID_481	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	4	4	3	2	2	2	3	3	SIM	SEM OPINIÃO	ID_481
ID_482	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	3	2	3	4	SIM	NÃO	ID_482
ID_483	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	2	3	2	3	2	SIM	SIM	ID_483
ID_484	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	4	4	5 - MAIS IMPC	2	2	1 - MENOS I	3	3	SIM	SIM	ID_484
ID_485	FREQUENTE	NUNCA	4	3	4	4	4	4	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	4	4	SIM	NÃO	ID_485
ID_486	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	1 - MENOS IMPC	4	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	2	1 - MENOS I	3	2	SIM	SEM OPINIÃO	ID_486
ID_487	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	3	5 - MAIS IMP	4	1 - MENOS IMI	2	1 - MENOS I	2	3	SIM	NÃO	ID_487
ID_488			5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	4	3	3	3	3	3	NÃO	NÃO	ID_488
ID_489	FREQUENTE	FREQUENTE	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	NÃO	NÃO	ID_489
ID_490	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	4	4	3	4	3	5 - MAIS IM	SIM	NÃO	ID_490
ID_491	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	4	4	3	4	2	2	2	3	4	SIM	NÃO	ID_491
ID_492	ALGUMAS VEZ	NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR	4	4	4	2	3	2	4	4	SIM	NÃO	ID_492
ID_493	SEMPRE	NUNCA	3	3	5 - MAIS IMPOR	3	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	3	4	SIM	SEM OPINIÃO	ID_493
ID_494	NUNCA	NUNCA	4	3	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	3	3	2	2	2	4	SIM	NÃO	ID_494
ID_495	RARO	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	5 - MAIS IMPC	3	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	2	3	SIM	NÃO	ID_495
ID_496	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	4	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	3	2	2	2	3	SIM	SEM OPINIÃO	ID_496
ID_497	FREQUENTE	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	4	4	3	5 - MAIS IMPC	2	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	3	SIM	NÃO	ID_497
ID_498	ALGUMAS VEZ	NUNCA	4	2	4	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	3	2	2	2	SIM	SIM	ID_498
ID_499	RARO	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR	4	3	5 - MAIS IMPC	2	3	2	2	3	SIM	NÃO	ID_499
ID_500	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	3	5 - MAIS IMPOR	4	4	2	2	1 - MENOS I	2	3	3	SIM	NÃO	ID_500
ID_501	ALGUMAS VEZ	NUNCA	5 - MAIS IMPOI	2	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	4	3	2	1 - MENOS IM	2	2	3	SIM	NÃO	ID_501
ID_502	NUNCA	NUNCA	3	4	5 - MAIS IMPOR	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	2	3	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	2	SIM	SIM	ID_502
ID_503	SEMPRE	NUNCA	4	1 - MENOS IMPC	5 - MAIS IMPOR	4	2	5 - MAIS IMPC	1 - MENOS IMI	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	4	SIM	NÃO	ID_503
ID_504	FREQUENTE	NUNCA	4	2	4	5 - MAIS IMPO	5 - MAIS IMP	5 - MAIS IMPC	5 - MAIS IMPO	1 - MENOS IM	1 - MENOS I	1 - MENOS IMPC	2	SIM	NÃO	ID_504
ID_505	FREQUENTE	NUNCA	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	SIM	NÃO	ID_505

ID_506	RARO	NUNCA	4	4	3	4	3	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 2				SIM	NÃO	ID_506		
ID_507	ALGUMAS VEZ NUNCA		5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 2		2		3	4	4	SIM	SIM	ID_507		
ID_508	RARO	NUNCA	4	2	3	3	3	4	3	2	4	3	4	NÃO	ID_508	
ID_509	ALGUMAS VEZ NUNCA		5 - MAIS IMPOI 3		4	4	4	5 - MAIS IMPC 2		3	4	2	3	NÃO	ID_509	
ID_510	ALGUMAS VEZ NUNCA		3	2	5 - MAIS IMPOR 4		4	3	2	2	1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 3		SIM	NÃO	ID_510	
ID_511			5 - MAIS IMPOI 3		5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 5 - MAIS IMP 5 - MAIS IMPC 3		4		4	3	4	SIM	SIM	ID_511		
ID_512	FREQUENTE	NUNCA	4	3	3	3	4	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS I 2				4	SIM	SEM OPINIÃO	ID_512	
ID_513	NUNCA	NUNCA	3	2	3	3	3	3	2	3	1 - MENOS I 1 - MENOS IMPC 4		SIM	NÃO	ID_513	
ID_514	FREQUENTE	NUNCA	4	4	5 - MAIS IMPOR 5 - MAIS IMPO 4		3	2	4	2	3	3	SIM	NÃO	ID_514	
ID_515	FREQUENTE	NUNCA	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2	SIM	SEM OPINIÃO	ID_515
ID_516	NUNCA	NUNCA	4	2	5 - MAIS IMPOR 3		4	5 - MAIS IMPC 1 - MENOS IMI 1 - MENOS IM 1 - MENOS I 3				4	SIM	NÃO	ID_516	
ID_517	SEMPRE	NUNCA	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	SIM	SIM	ID_517

CONSIDERO CREDÍVEIS OS COMENTÁRIOS DE OUTROS CLIENTES	OS COMENTÁRIOS DE CLIENTES SÃO MAIS CREDÍVEIS DO QUE AS CADEIAS /MARCAS HOTELEIRAS	EM HOTÉIS IDÊNTICOS COM O MESMO PREÇO OPTO PELO QUE TEM MELHORES COMENTÁRIOS	ESCREVO EM SITES DE COMENTÁRIOS DEPOIS DA ESTADIA QUANDO TENHO ELOGIOS	PREFIRO PAGAR UM POUCO MAIS PARA RESERVAR UM HOTEL COM MELHORES COMENTÁRIOS	NÃO ESCOLHO HOTÉIS COM COMENTÁRIOS MAIORITARIAMENTE NEGATIVOS	DESCONFIO DE UM HOTEL QUE NÃO TENHA COMENTÁRIOS DE CLIENTES	ESCOLHERIA UM HOTEL COM MAUS COMENTÁRIOS DESDE QUE O PREÇO FOSSE MAIS BAIXO DO QUE OUTRAS OPÇÕES				PREFIRO HOTÉIS QUE RESPONDEM AOS COMENTÁRIOS E CRITICAS DE CLIENTES	DOU MAIS VALOR A COMENTÁRIOS DE CLIENTES COM O MEU PERFIL DE CONSUMIDOR	QUE WEBSITE UTILIZA MAIS FREQUENTEMENTE PARA PESQUISAR COMENTÁRIOS DE HOTÉIS?	NUM CENÁRIO DE ESCOLHA ENTRE DOIS HOTÉIS DISPONÍVEIS COM CARACTERÍSTICAS IDÊNTICAS MAS UM DELES COM COMENTÁRIOS NEGATIVOS, QUANTO ESTARIA IDADE GÊNERO		
	P5_3	P5_4	P5_5	P5_6			P5_7	P5_8	P5_9	P5_10	P5_11	P5_12	P6	P7	P8	P9
	SIM	SIM	SIM	SIM			SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
	SIM	SIM	SIM	SIM			NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO			
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO			
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO		
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO			
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO			
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO VEJO OS COMENTÁRIOS	ENTRE 36 E 45	MASCULINO		
SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	< 25	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO			
NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO			
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO			
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO			
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO VEJO OS COMENTÁRIOS	ENTRE 46 E 55	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	EDREAMS	ATÉ MAIS 50%	< 25	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO		
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO			
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	MAIS DE 50%	< 25	FEMININO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	ENTRE 36 E 45	MASCULINO			
NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	ENTRE 36 E 45	MASCULINO			
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIVAGO	NÃO VEJO OS COMENTÁRIOS	ENTRE 56 E 65	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO			
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	OUTRA	ENTRE 26 E 35	FEMININO			
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO			
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIVAGO	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO			
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO			

SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 40%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	BOOKING	MAIS DE 50%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	TRIVAGO	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	> 65	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	EDREAMS	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	VENERE	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 50%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	EDREAMS	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 56 E 65	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO

SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 56 E 65	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	MAIS DE 50%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 50%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	EDREAMS	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	FEMININO
NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 56 E 65	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	EDREAMS	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 50%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NENHUM	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIVAGO	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	FEMININO

SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIVAGO	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIVAGO	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	OUTRA	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	EXPEDIA	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	MAIS DE 50%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 56 E 65	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NENHUM	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 46 E 55	FEMININO
NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	NÃO VEJO OS COM	< 25	FEMININO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	RUMBO	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 36 E 45	FEMININO
NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NENHUM	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO

SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIVAGO	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP < 25		MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIVAGO	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP < 25		FEMININO
SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	OUTRA	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	EDREAMS	ATÉ MAIS 40%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	< 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 56 E 65	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	OUTRA	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP > 65		MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	OUTRA	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO

SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	< 25	FEMININO
SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NENHUM	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NENHUM	OUTRA	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NENHUM	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NENHUM	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NENHUM	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIVAGO	ATÉ MAIS 40%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIVAGO	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO

SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	EDREAMS	NÃO VEJO OS COM	< 25	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 40%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	< 25	FEMININO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	< 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NENHUM	NÃO VEJO OS COM	< 25	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NENHUM	NÃO VEJO OS COM	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	EDREAMS	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIVAGO	NÃO VEJO OS COM	< 25	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	< 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIVAGO	NÃO VEJO OS COM	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 40%	< 25	MASCULINO
SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	< 25	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	< 25	MASCULINO

SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	< 25	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	EDREAMS	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	< 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 40%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NENHUM	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO VEJO OS COM	< 25	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 26 E 35	FEMININO

SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	EDREAMS	NÃO ESTARIA DISP ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10% < 25	MASCULINO
NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP < 25	MASCULINO
NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10% < 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20% < 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20% < 25	FEMININO
SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30% ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NENHUM	NÃO VEJO OS COM < 25	MASCULINO
SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NENHUM	NÃO VEJO OS COM < 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10% ENTRE 26 E 35	FEMININO
NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20% ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20% ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10% < 25	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10% < 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30% < 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	OUTRA ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10% < 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30% < 25	FEMININO
SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10% < 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NENHUM	NÃO VEJO OS COM < 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	EDREAMS	NÃO ESTARIA DISP ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10% ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20% < 25	MASCULINO
SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP < 25	FEMININO
SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP < 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30% ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP < 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP < 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20% ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10% < 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20% < 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	TRIVAGO	ATÉ MAIS 10% ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20% ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP < 25	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30% ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20% ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20% ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30% < 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20% ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIVAGO	ATÉ MAIS 10% ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10% ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 30% ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30% ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	EDREAMS	NÃO VEJO OS COM < 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20% ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20% ENTRE 46 E 55	MASCULINO

SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIVAGO	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	BOOKING	NÃO VEJO OS COM < 25		FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP < 25		FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO VEJO OS COM > 65		FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP < 25		MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NENHUM	NÃO VEJO OS COM	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NENHUM	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP < 25		FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 56 E 65	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	TRIVAGO	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	TRIPADVISOR	OUTRA	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	FEMININO

SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIVAGO	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	TRIVAGO	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	EDREAMS	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	EDREAMS	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	EXPEDIA	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 56 E 65	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	EDREAMS	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	EDREAMS	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	TRIVAGO	ATÉ MAIS 10%	< 25	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	> 65	MASCULINO
NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	TRIVAGO	NÃO VEJO OS COM	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	< 25	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	EDREAMS	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	EDREAMS	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 46 E 55	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIVAGO	ATÉ MAIS 30%	ENTRE 36 E 45	MASCULINO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 20%	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10%	< 25	FEMININO
SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	OUTRA	NÃO ESTARIA DISP	ENTRE 26 E 35	FEMININO
SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP	< 25	MASCULINO

SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP ENTRE 26 E 35	MASCULINO
SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	BOOKING	ATÉ MAIS 10% < 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 10% < 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	NÃO VEJO OS COM < 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 50% ENTRE 26 E 35	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	TRIVAGO	ATÉ MAIS 20% < 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	NÃO	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	TRIPADVISOR	NÃO ESTARIA DISP < 25	FEMININO
NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NENHUM	NÃO ESTARIA DISP ENTRE 46 E 55	FEMININO
SIM	SIM	SIM	NÃO	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20% < 25	MASCULINO
SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SEM OPINIÃO	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	TRIPADVISOR	ATÉ MAIS 20% < 25	FEMININO
SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	ATÉ MAIS 20% < 25	FEMININO
SIM	SEM OPINIÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SEM OPINIÃO	BOOKING	NÃO ESTARIA DISP < 25	MASCULINO

		RENDIMENTO											
		LIQUIDO MENSAL											
		DO AGREGADO											
ID	NIVEL DE	FAMILIAR	FAMILIAR	P12_OUTRO	Total	Total	Género	MOTIVAÇÃO	NÚMERO DE	IDADE	RENDIMENTO	AGREGADO	
ID	P10	P11	P12	P12_OUTRO	TOTAL	TOTAL_cat	cr01	CR02	CR03	CR04	CR05	CR06	
ID_001	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_002	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_003	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_004	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_005	DOUTORAMENTO	4001€ A 5000€	MAIS DE 2 ADULTOS	3 adultos	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_006	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_007	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_008	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_009	DOUTORAMENTO	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_010	MESTRADO	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_011	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_012	PÓS-GRADUAÇÃO	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_013	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_014	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_015	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_016	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_017	MESTRADO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_018	LICENCIATURA	< 2000€	MAIS DE 2 ADULTOS	3 Adultos	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_019	PÓS-GRADUAÇÃO	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_020	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_021	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_022	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_023	ENSINO SECUNDÁRIO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_024	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_025	PÓS-GRADUAÇÃO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_026	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_027	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_028	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_029	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_030	LICENCIATURA	5001€ A 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_031	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_032	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_033	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_034	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	OUTRA	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_035	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	

ID_036	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_037	LICENCIATURA	< 2000€	MAIS DE 2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_038	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_039	ENSINO SECUNDÁRIO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_040	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_041	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_042	MESTRADO	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_043	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_044	MESTRADO	5001€ A 6000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_045	MESTRADO	> 6000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_046	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_047	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_048	PÓS-GRADUAÇÃO	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_049	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_050	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_051	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_052	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_053	PÓS-GRADUAÇÃO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_054	LICENCIATURA	5001€ A 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_055	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_056	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_057	MESTRADO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_058	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_059	LICENCIATURA	< 2000€	MAIS DE 2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_060	MESTRADO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_061	MESTRADO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_062	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_063	MESTRADO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_064	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_065	PÓS-GRADUAÇÃO	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_066	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_067	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_068	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_069	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_070	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_071	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_072	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	OUTRA	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_073	MESTRADO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_074	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	
ID_075	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_076	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	OUTRA	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_077	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_078	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_079	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_080	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_081	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_082	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS

ID_083	ENSINO SECUNDÁRIO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_084	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_085	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_086	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_087	MESTRADO	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_088	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_089	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_090	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_091	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_092	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_093	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_094	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_095	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_096	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_097	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_098	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_099	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_100	LICENCIATURA	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_101	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_102	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_103	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_104	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_105	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_106	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_107	ENSINO SECUNDÁRIO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_108	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_109	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_110	ENSINO SECUNDÁRIO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_111	MESTRADO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_112	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_113	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_114	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_115	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_116	ENSINO SECUNDÁRIO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_117	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_118	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_119	LICENCIATURA	> 6000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_120	LICENCIATURA	5001€ A 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_121	LICENCIATURA	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_122	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_123	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_124	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_125	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_126	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_127	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTÁDIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_128	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_129	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTÁDIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS

ID_130	ENSINO SECUNDÁRIO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_131	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_132	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_133	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_134	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_135	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAIS		46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_136	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_137	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	OUTRA	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_138	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_139	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_140	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_141	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_142	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_143	ENSINO SECUNDÁRIO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_144	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_145	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€		ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_146	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS		2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_147	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_148	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_149	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_150	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_151	MESTRADO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_152	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_153	ENSINO SECUNDÁRIO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_154	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_155	MESTRADO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_156	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	MAIS DE 2 ADULTOS	5 adultos com 2 cri	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAIS		<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_157	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€		ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_158	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_159	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_160	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAIS		46 ANOS OU MAIS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_161	MESTRADO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_162	MESTRADO	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAIS		46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_163	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_164	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_165	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_166	MESTRADO	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_167	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAIS		46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_168	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€		ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_169	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_170	DOCTORAMENTO	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_171	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_172	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS		< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_173	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_174	MESTRADO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_175	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS		< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_176	MESTRADO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAIS		ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	

ID_177	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_178	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_179	MESTRADO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_180	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_181	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_182	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_183	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_184	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_185	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_186	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_187	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_188	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_189	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_190	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_191	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_192	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_193	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_194	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	MAIS DE 2 ADULTOS	3 adultos	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_195	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_196	MESTRADO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_197	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_198	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_199	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_200	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_201	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_202	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_203	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_204	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_205	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_206	MESTRADO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_207	MESTRADO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_208	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	MAIS DE 2 ADULTOS	4 adultos	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_209	MESTRADO	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_210	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_211	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS	
ID_212	MESTRADO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_213	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_214	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_215	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_216	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_217	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_218	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_219	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_220	ENSINO SECUNDÁRIO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_221	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS	
ID_222	LICENCIATURA	2001€ A 3000€		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	2001€ A 3000€		
ID_223	MESTRADO	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS	

ID_224	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_225	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_226	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_227	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_228	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_229	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_230	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_231	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_232	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_233	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_234	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_235	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS 4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_236	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS 4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_237	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS 4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_238	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_239	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_240	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS < 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_241	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_242	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_243	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS < 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_244	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_245	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_246	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_247	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS 2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_248	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_249	MESTRADO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_250	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_251	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS 3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_252	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_253	PÓS-GRADUAÇÃO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_254	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_255	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_256	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	<25 ANOS 2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_257	MESTRADO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_258	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_259	MESTRADO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_260	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_261	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_262	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_263	DOCTORAMENTO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_264	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS 3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_265	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS 4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_266	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_267	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_268	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_269	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS < 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_270	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS 4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS

ID_271	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_272	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_273	LICENCIATURA	4001€ A 5000€		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	
ID_274	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_275	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_276	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	MAIS DE 2 ADULTC 3 adultos	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_277	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_278	LICENCIATURA	< 2000€	MAIS DE 2 ADULTC Três adultos e uma	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADI	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_279	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_280	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_281	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_282	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_283	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADI	ENTRE 26 E 35 AN	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_284	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_285	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADI	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_286	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_287	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_288	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIAN
ID_289	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_290	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_291	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_292	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADI	ENTRE 26 E 35 AN	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_293	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_294	ENSINO SECUNDÁ	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_295	ENSINO SECUNDÁ	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_296	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_297	ENSINO SECUNDÁ	2001€ A 3000€	MAIS DE 2 ADULTC 3 adultos	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_298	ENSINO SECUNDÁ	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIAN
ID_299	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_300	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIAN
ID_301	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_302	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_303	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_304	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIAN
ID_305	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_306	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADI	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_307	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_308	ENSINO SECUNDÁ	< 2000€		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	
ID_309	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIAN
ID_310	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_311	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	MAIS DE 2 ADULTC 4 adultos	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_312	ENSINO SECUNDÁ	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_313	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_314	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 AN	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_315	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIAN
ID_316	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_317	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN

ID_318	ENSINO SECUNDÁRI	2001€ A 3000€	MAIS DE 2 ADULT	5 adultos	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_319	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_320	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIAN
ID_321	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_322	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_323	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADI	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_324	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_325	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_326	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_327	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_328	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_329	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_330	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_331	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_332	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADI	ENTRE 36 E 45 AN	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_333	ENSINO SECUNDÁRI	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_334	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_335	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_336	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 AN	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_337	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_338	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_339	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 AN	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_340	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_341	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_342	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_343	ENSINO SECUNDÁRI	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_344	MESTRADO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIAN
ID_345	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_346	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_347	MESTRADO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_348	DOCTORAMENTO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADI	ENTRE 36 E 45 AN	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_349	ENSINO SECUNDÁRI	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_350	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_351	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADI	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_352	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_353	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_354	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_355	ENSINO SECUNDÁRI	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_356	ENSINO SECUNDÁRI	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_357	ENSINO SECUNDÁRI	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_358	MESTRADO	> 6000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	OUTRA	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIAN
ID_359	LICENCIATURA	< 2000€	MAIS DE 2 ADULT	3 adultos	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_360	LICENCIATURA	< 2000€	MAIS DE 2 ADULT	6 Adultos	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN
ID_361	ENSINO SECUNDÁRI	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_362	ENSINO SECUNDÁRI	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	OUTRA	6 OU MAIS ESTADI	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIAN
ID_363	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIAN
ID_364	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 AN	< 2000€	ADULTOS SEM CRIAN

ID_365	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_366	LICENCIATURA	> 6000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_367	ENSINO SECUNDÁRIO	2001€ A 3000€	MAIS DE 2 ADULTOS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_368	ENSINO SECUNDÁRIO	4001€ A 5000€	MAIS DE 2 ADULTOS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_369	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_370	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_371	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_372	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_373	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_374	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_375	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_376	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_377	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_378	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	MAIS DE 2 ADULTOS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_379	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_380	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_381	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_382	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_383	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	<25 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_384	LICENCIATURA	< 2000€		TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	
ID_385	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_386	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_387	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_388	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_389	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_390	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_391	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_392	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_393	DOCTORAMENTO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_394	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_395	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_396	MESTRADO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_397	MESTRADO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_398	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_399	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_400	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_401	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_402	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_403	LICENCIATURA	< 2000€	MAIS DE 2 ADULTOS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_404	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_405	ENSINO SECUNDÁRIO	3001€ A 4000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_406	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_407	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_408	PÓS-GRADUAÇÃO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_409	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_410	PÓS-GRADUAÇÃO	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_411	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS

ID_412	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_413	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_414	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_415	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_416	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	MAIS DE 2 ADULTO	4 adultos	TOTAL	TOTAL	FEMININO	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_417	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_418	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_419	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_420	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_421	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_422	LICENCIATURA	< 2000€	MAIS DE 2 ADULTO	3 Adultos	TOTAL	TOTAL	FEMININO	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_423	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_424	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_425	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_426	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_427	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_428	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_429	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_430	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_431	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_432	ENSINO SECUNDÁRIO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_433	MESTRADO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	OUTRA	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_434	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_435	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_436	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_437	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_438	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_439	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_440	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_441	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_442	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_443	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_444	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_445	LICENCIATURA	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_446	DOCTORAMENTO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_447	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_448	PÓS-GRADUAÇÃO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_449	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	MAIS DE 2 ADULTO	3 adultos	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_450	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_451	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	MAIS DE 2 ADULTO	4 Adultos	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_452	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_453	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_454	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_455	DOCTORAMENTO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_456	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_457	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_458	PÓS-GRADUAÇÃO	5001€ A 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANO	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS

ID_459	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_460	PÓS-GRADUAÇÃO	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_461	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	< 2000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_462	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_463	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_464	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_465	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_466	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_467	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_468	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_469	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_470	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_471	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_472	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_473	LICENCIATURA	4001€ A 5000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_474	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_475	ENSINO SECUNDÁRIO	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_476	ENSINO SECUNDÁRIO	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_477	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_478	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_479	LICENCIATURA	> 6000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_480	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_481	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_482	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_483	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	6 OU MAIS ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_484	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	ENTRE 26 E 35 ANOS	2001€ A 3000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_485	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	1 ADULTO COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_486	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	ENTRE 36 E 45 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_487	LICENCIATURA	3001€ A 4000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	3001€ A 4000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_488	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	TRABALHO	ATÉ 2 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	2001€ A 3000€	ADULTOS

ID_506	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	6 OU MAIS ESTADI. ENTRE 26 E 35 ANOS	< 2000€	ADULTOS COM CRIANÇAS
ID_507	LICENCIATURA	< 2000€	OUTRA	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€
ID_508	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€
ID_509	LICENCIATURA	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€
ID_510	PÓS-GRADUAÇÃO	3001€ A 4000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	OUTRA	6 OU MAIS ESTADI. ENTRE 26 E 35 ANOS	3001€ A 4000€	ADULTOS SEM CRIANÇAS
ID_511	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€
ID_512	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€
ID_513	LICENCIATURA	> 6000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	TRABALHO	3 A 5 ESTADIAS	46 ANOS OU MAIS	4001€ OU MAIS
ID_514	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€
ID_515	LICENCIATURA	2001€ A 3000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	2001€ A 3000€
ID_516	ENSINO SECUNDÁRIO	< 2000€	2 ADULTOS COM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	FEMININO	LAZER	ATÉ 2 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€
ID_517	LICENCIATURA	< 2000€	1 ADULTO SEM CRIANÇAS	TOTAL	TOTAL	MASCULINO	LAZER	3 A 5 ESTADIAS	<25 ANOS	< 2000€

QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DE ACESSIBILIDADE													
INFORMAÇÕES GERAIS													
1. IDENTIFICAÇÃO DO PARTICIPANTE													
2. AVALIAÇÃO DE ACESSIBILIDADE POR MEIO													
ID	DISPOSIÇÃO PARA PAGAR MAIS	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - HOTEL - BALCÃO	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - HOTEL - TELEFONE	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - HOTEL - BALCÃO	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - HOTEL - EMAIL	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - AGENCIA - BALCÃO	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - AGENCIA - TELEFONE	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - AGENCIA - WEBSITE	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - MOTORES DE BUSCA ON-LINE	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - WEBSITE RESERVAS	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - COMPUTADOR PORTÁTIL	FREQUÊNCIA UTILIZAÇÃO - TABLET	
ID	P7_C	P3A_1_C	P3A_2_C	P3A_3_C	P3A_4_C	P3A_5_C	P3A_6_C	P3A_7_C	P3A_8_C	P3A_9_C	P3B_1_C	P3B_2_C	
ID_001	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO
ID_002	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES
ID_003	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO
ID_004	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_005	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO
ID_006	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES
ID_007	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES
ID_008	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES
ID_009	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO
ID_010	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_011	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES
ID_012	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO
ID_013	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_014	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES
ID_015	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_016	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_017	ESTARIA DISPOSTO	C ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	SEMPRE
ID_018	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO
ID_019	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_020	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_021	ESTARIA DISPOSTO	C ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES
ID_022	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_023	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO
ID_024	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES
ID_025	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_026	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_027	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO
ID_028	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO
ID_029	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_030	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO
ID_031	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO
ID_032	NÃO ESTARIA DISPONÍVEL	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO
ID_033	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO
ID_034	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO
ID_035	ESTARIA DISPOSTO	C NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

ID_506	NÃO ESTARIA DISP	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_507	ESTARIA DISPOSTC	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_508	ESTARIA DISPOSTC	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_509	NÃO ESTARIA DISP	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES
ID_510	ESTARIA DISPOSTC	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_511	ESTARIA DISPOSTC	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES
ID_512	NÃO ESTARIA DISP	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_513	NÃO ESTARIA DISP	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES
ID_514	ESTARIA DISPOSTC	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES
ID_515	ESTARIA DISPOSTC	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE
ID_516	ESTARIA DISPOSTC	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO
ID_517	NÃO ESTARIA DISP	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE	FREQUENTE OU SE

	FREQÜÊNCIA UTILIZAÇÃO - SMARTPHONE	FREQÜÊNCIA UTILIZAÇÃO - TELEVISÃO INTERATIVA	OPINIÃO PESSOAL DE FAMÍLIA E AMIGOS	PAGINA HOTEL NAS REDES SOCIAIS	COMENTÁRIOS ON-LINE DE OUTROS CLIENTES	RANKING DO HOTEL EM SITES DE COMENTÁRIOS	WEBSITE DO HOTEL, IMAGENS E DESCRIÇÕES	PREÇOS E PROMOÇÕES	PROGRAMA DE FIDELIZAÇÃO DO HOTEL	VIDEOS DO HOTEL NA INTERNET (YOUTUBE)	SUGESTÃO DE AGENCIA DE VIAGENS	CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS	A CADEIA/MARCA A QUE O HOTEL PERTENCE
ID	P3B_3_C	P3B_4_C	P4_1_C	P4_2_C	P4_3_C	P4_4_C	P4_5_C	P4_6_C	P4_7_C	P4_8_C	P4_9_C	P4_10_C	P4_11_C
ID_001	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3	3
ID_002	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_003	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3	1 + 2
ID_004	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_005	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	3	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_006	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_007	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_008	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_009	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3
ID_010	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_011	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_012	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_013	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5
ID_014	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_015	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_016	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5
ID_017	FREQUENTE OU SEMPRE	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_018	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_019	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5
ID_020	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_021	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_022	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_023	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	1 + 2	3	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_024	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_025	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_026	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3	3
ID_027	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2
ID_028	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_029	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_030	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_031	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	3	1 + 2	3
ID_032	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	3
ID_033	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2
ID_034	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_035	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	3	3	4 + 5	3	1 + 2	3	3	4 + 5

ID_036	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_037	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2
ID_038	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_039	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_040	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	1 + 2	4 + 5
ID_041	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5
ID_042	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_043	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_044	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_045	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_046	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5
ID_047	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2
ID_048			4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3
ID_049	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_050	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_051	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_052	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_053	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_054	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	3	4 + 5	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_055	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_056	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_057			3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_058	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2
ID_059	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_060	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_061	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_062	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	3
ID_063	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_064	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_065	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	3	3
ID_066	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2
ID_067	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_068	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3
ID_069	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3
ID_070	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_071	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_072			4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_073	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3
ID_074	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2
ID_075	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	3	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2
ID_076	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_077	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	3	3
ID_078	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_079	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_080	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_081			1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_082	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3

ID_083	FREQUENTE OU S FREQUENTE OU ! 3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_084	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	3	3	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_085	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_086	ALGUMAS VEZES 1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_087	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_088	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_089	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5
ID_090	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	3	3	4 + 5
ID_091	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5
ID_092	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_093	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_094	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3	1 + 2
ID_095	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	3
ID_096	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_097	FREQUENTE OU SEMPRE 1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_098	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5
ID_099	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_100	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_101	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_102	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_103	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_104	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_105	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_106	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_107	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_108	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	3	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_109	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3
ID_110	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_111	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 3	3	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	3	4 + 5	3
ID_112	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	3	3
ID_113	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	4 + 5
ID_114	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_115	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	3
ID_116	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_117	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	3	3	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5
ID_118	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	4 + 5
ID_119	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3
ID_120	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	3	3
ID_121	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_122	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_123	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	3	4 + 5	3
ID_124	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_125	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_126	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_127	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_128	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_129	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3	3

ID_130	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	1+2	1+2	3	3	1+2	3	4+5	1+2	4+5
ID_131	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	3	4+5	4+5	3	4+5	3	3	1+2	4+5	4+5
ID_132	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	1+2	4+5
ID_133	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1+2	4+5	4+5	3	4+5	3	3	1+2	1+2	1+2
ID_134	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	4+5	3	4+5	3	1+2	1+2	1+2	3
ID_135	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 3	3	1+2	3	4+5	4+5	1+2	1+2	3	1+2	4+5
ID_136	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	3	4+5	4+5	3	3
ID_137	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	3	4+5	4+5	3	4+5	4+5	3	3
ID_138	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	3	4+5	4+5	4+5	1+2	4+5	4+5	3	3
ID_139	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	3	1+2	1+2	3	3
ID_140	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	3	3
ID_141	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	1+2	4+5	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	1+2	3
ID_142	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 3	4+5	4+5	4+5	1+2	4+5	1+2	1+2	1+2	1+2	1+2
ID_143	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	3	4+5	4+5	3	3	4+5	3	3	3	4+5
ID_144	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4+5	4+5	3	4+5	3	3	1+2	4+5	4+5
ID_145	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	3	1+2	1+2	1+2	4+5
ID_146	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1+2	4+5	4+5	3	3	1+2	1+2	1+2	1+2	4+5
ID_147	FREQUENTE OU SEMPRE 4 + 5	3	3	3	3	4+5	1+2	3	3	3	3
ID_148	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	3	3	4+5	4+5	1+2	4+5	4+5	3	4+5
ID_149	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	3	3	3	4+5	1+2	1+2	3	3	4+5
ID_150	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4+5	4+5	4+5	4+5	1+2	3	1+2	1+2	4+5
ID_151	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	3	1+2	1+2	3	3	1+2	1+2	1+2	4+5
ID_152	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	1+2	3	4+5	4+5	1+2	1+2	3	1+2	4+5
ID_153	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	3	1+2	4+5	3	4+5
ID_154	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	4+5	4+5	3	4+5	1+2	1+2	1+2	1+2	3
ID_155	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	1+2	1+2	3	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	4+5
ID_156	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	1+2	1+2	4+5
ID_157	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	1+2	4+5
ID_158	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 1+2	1+2	1+2	3	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	1+2	1+2
ID_159	4 + 5	4+5	3	3	3	4+5	3	3	3	3	3
ID_160	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	3	4+5	4+5	4+5	1+2	3	4+5	1+2	4+5
ID_161	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	3	3	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	1+2	4+5
ID_162	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	3	3	3	4+5	3	3	1+2	1+2	3
ID_163	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 1+2	3	4+5	4+5	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	3	3
ID_164	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 1+2	3	4+5	4+5	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	3	3
ID_165	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	1+2	1+2	1+2	4+5	1+2	1+2	1+2	1+2	4+5
ID_166	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4+5	4+5	4+5	4+5	3	4+5	1+2	1+2	3
ID_167	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	3	3	4+5	3	3	3	1+2	1+2	4+5
ID_168	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 3	3	1+2	1+2	3	3	1+2	1+2	1+2	3	3
ID_169	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1+2	1+2	3	3	3	1+2	1+2	1+2	3	3
ID_170	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 3	3	1+2	1+2	4+5	4+5	1+2	4+5	1+2	3	4+5
ID_171	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	1+2	1+2	1+2	4+5	1+2	1+2	3	1+2	4+5
ID_172	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 1+2	3	4+5	3	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	3	4+5
ID_173	4 + 5	3	4+5	1+2	4+5	4+5	3	1+2	3	3	3
ID_174	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1+2	4+5	4+5	4+5	4+5	1+2	1+2	1+2	3	3
ID_175	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4+5	4+5	4+5	4+5	4+5	3	3	1+2	1+2	4+5
ID_176	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1+2	4+5	1+2	4+5	4+5	3	1+2	1+2	3	4+5

ID_177	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	3	4 + 5
ID_178	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_179	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5
ID_180	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_181	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_182	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5
ID_183	FREQUENTE OU SEMPRE		4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_184	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2
ID_185	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_186	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3	3	3
ID_187	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_188			4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_189	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5
ID_190	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_191	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_192	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_193	FREQUENTE OU S	FREQUENTE OU S	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_194	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_195	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3	3	1 + 2
ID_196	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_197	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_198	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_199	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5
ID_200	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_201	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_202	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_203	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5
ID_204	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_205	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_206	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5
ID_207	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_208	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_209	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2
ID_210	FREQUENTE OU SEMPRE		4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_211	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2
ID_212	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_213	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_214	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	4 + 5
ID_215	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_216	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3
ID_217	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_218			4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5
ID_219	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	3
ID_220	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_221	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_222	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2
ID_223	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5

ID_224	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1+2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_225	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	3	3	3
ID_226	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1+2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1+2	3	3	4 + 5	4 + 5
ID_227	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1+2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	3	4 + 5
ID_228	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5
ID_229	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	1+2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_230	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_231	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1+2	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_232	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3	4 + 5
ID_233	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_234	FREQUENTE OU SEMPRE	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_235	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_236	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_237	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_238	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_239	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_240	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5
ID_241	FREQUENTE OU S	ALGUMAS VEZES	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_242	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_243	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_244	ALGUMAS VEZES	3	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	3
ID_245	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_246	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3
ID_247	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_248	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5
ID_249	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_250	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5
ID_251	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_252	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_253	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_254	FREQUENTE OU SEMPRE	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_255	ALGUMAS VEZES	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_256	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_257	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_258	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_259	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_260	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	3	3	4 + 5
ID_261	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_262	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_263	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_264	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_265	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_266	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3	3
ID_267	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	3	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	3	3
ID_268	NUNCA OU RARO	ALGUMAS VEZES	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_269	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_270	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2

ID_271	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_272	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_273	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5
ID_274	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_275	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	1 + 2	4 + 5
ID_276	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3
ID_277	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5
ID_278	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	3
ID_279	FREQUENTE OU S	ALGUMAS VEZES	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	3	3	4 + 5	3
ID_280	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_281	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_282	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_283	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	3	3	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2
ID_284	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_285	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5
ID_286	FREQUENTE OU S	ALGUMAS VEZES	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_287	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3
ID_288	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_289	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_290	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_291	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_292	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	4 + 5	3	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_293	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_294	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	4 + 5
ID_295	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_296	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_297	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_298	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3
ID_299	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3
ID_300	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	3
ID_301	ALGUMAS VEZES		4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5	3	3
ID_302	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_303	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_304	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_305	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_306	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_307	FREQUENTE OU S	ALGUMAS VEZES	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	4 + 5
ID_308	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	1 + 2
ID_309			1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_310	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	3
ID_311	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_312	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3	4 + 5
ID_313	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3
ID_314	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_315	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	3	3
ID_316	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	3	3
ID_317	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	3

ID_318	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5
ID_319	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_320	FREQUENTE OU S ALGUMAS VEZES 3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5
ID_321	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3	4 + 5
ID_322	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	4 + 5	3	3
ID_323	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_324	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_325	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5
ID_326	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_327	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	3	3	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5	3
ID_328	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_329	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_330	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_331	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	3	3	3	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_332	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_333	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 3	3	3	3	3	1 + 2	3	1 + 2	3	3	3
ID_334	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_335	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_336	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_337	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3
ID_338	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_339	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_340	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	3	4 + 5	3
ID_341	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_342	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3
ID_343	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	3	3	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5
ID_344	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	3	3	3
ID_345	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_346	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_347	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_348	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3	4 + 5
ID_349	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_350	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_351	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3
ID_352	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_353	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_354	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	4 + 5	1 + 2
ID_355	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_356	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_357	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_358	NUNCA OU RARO 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_359	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_360	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_361	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_362	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3	4 + 5
ID_363	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_364	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3

ID_365	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_366	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	4 + 5
ID_367	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_368	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	3	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_369	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_370	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3	1 + 2	3	4 + 5
ID_371	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_372	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	3	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_373	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	3	3	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_374	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_375	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_376	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_377	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	3	3	4 + 5	3	3	1 + 2	3	3
ID_378	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5
ID_379	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5
ID_380	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_381	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_382	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_383	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3	4 + 5
ID_384	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	3	4 + 5
ID_385	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3	3	1 + 2
ID_386	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3
ID_387	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_388	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_389	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3	4 + 5
ID_390	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5
ID_391	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5
ID_392	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5
ID_393	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_394	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_395	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_396	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	3
ID_397	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_398	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3
ID_399	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_400	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_401	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	3	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_402	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	3	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_403	FREQUENTE OU S ALGUMAS VEZES	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_404	NUNCA OU RARO NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_405	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_406	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_407	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_408	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_409	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_410	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_411	FREQUENTE OU S NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3

ID_412	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_413	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_414	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_415	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_416	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5	3
ID_417	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_418	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_419	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_420	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	3	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_421	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_422	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5
ID_423	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2
ID_424	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3	4 + 5
ID_425	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_426	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	3
ID_427	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5
ID_428	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3	4 + 5
ID_429	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_430	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_431	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_432	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5
ID_433	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	3	3
ID_434	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_435	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	1 + 2	3	3	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_436	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2
ID_437	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_438	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_439	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	3	3
ID_440	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_441	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_442	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	3	3	1 + 2	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_443	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_444	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_445	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	3
ID_446	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	1 + 2	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_447	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	1 + 2	1 + 2	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3	4 + 5
ID_448	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	3	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_449	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5
ID_450	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_451	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	3
ID_452	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_453	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	3	4 + 5
ID_454	FREQUENTE OU SEMPRE		1 + 2	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2
ID_455	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_456	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RAR	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_457	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	1 + 2
ID_458	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RAR	4 + 5	1 + 2	3	3	3	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3

ID_459	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	3	3
ID_460	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_461	3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	3	3
ID_462	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_463	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5
ID_464	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_465	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_466	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_467	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_468	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_469	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_470	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_471	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_472	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_473	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_474	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_475	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_476	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_477	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_478	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_479	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 1 + 2	1 + 2	3	3	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_480	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_481	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_482	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3	4 + 5
ID_483	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	3	1 + 2
ID_484	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	3
ID_485	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_486	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	1 + 2
ID_487	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_488	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	3	3	3
ID_489	FREQUENTE OU S FREQUENTE OU : 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5
ID_490	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5
ID_491	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_492	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5
ID_493	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_494	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_495	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_496	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_497	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_498	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_499	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	3
ID_500	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_501	ALGUMAS VEZES NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_502	NUNCA OU RARO NUNCA OU RARÇ 3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_503	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	1 + 2	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_504	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 4 + 5	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_505	FREQUENTE OU S NUNCA OU RARÇ 3	3	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3

ID_506	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	4 + 5	3	4 + 5	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2	1 + 2
ID_507	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5	4 + 5
ID_508	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	4 + 5	1 + 2	3	3	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5
ID_509	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	1 + 2	3	4 + 5	1 + 2	3
ID_510	ALGUMAS VEZES	NUNCA OU RARO	3	1 + 2	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2	1 + 2	3
ID_511			4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	3	4 + 5
ID_512	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RARO	4 + 5	3	3	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_513	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	3	1 + 2	3	3	3	1 + 2	3	1 + 2	1 + 2	4 + 5
ID_514	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RARO	4 + 5	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	4 + 5	1 + 2	3	3
ID_515	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RARO	4 + 5	4 + 5	4 + 5	3	3	4 + 5	4 + 5	3	1 + 2	1 + 2
ID_516	NUNCA OU RARO	NUNCA OU RARO	4 + 5	1 + 2	4 + 5	3	4 + 5	4 + 5	1 + 2	1 + 2	3	4 + 5
ID_517	FREQUENTE OU S	NUNCA OU RARO	4 + 5	3	3	3	3	3	4 + 5	1 + 2	1 + 2	4 + 5